

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DIRECCIÓN DE CENTROS REGIONALES UNIVERSITARIOS
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

LA ORGANIZACIÓN DE LA MUJER INDÍGENA EN LA ACTIVIDAD
ARTESANAL EN ZIPIAJÓ, MICHOACÁN: BUSQUEDAS Y RETOS

TESIS

QUE COMO REQUISITO PARCIAL

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO RURAL REGIONAL

PRESENTA:

MAGDALENA BAUTISTA PAQUE



Julio de 2009

Morelia, Michoacán, México.



DIRECCIÓN GENERAL ACADÉMICA
DEPTO. DE SERVICIOS ESCOLARES
OFICINA DE EXÁMENES PROFESIONALES

LA ORGANIZACIÓN DE LA MUJER INDIGENA EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL
EN ZIPIAJÓ, MICHOACÁN: BUSQUEDAS Y RETOS

Tesis realizada por Magdalena Bautista Paque bajo la dirección del Comité
Asesor indicado, aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para
obtener el grado de:

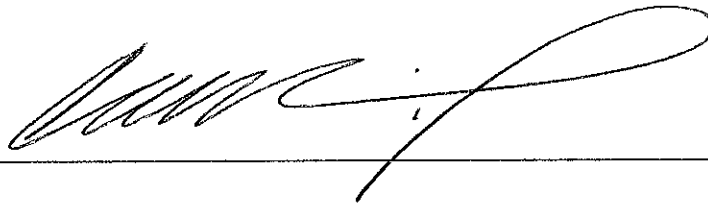
MAESTRIA EN CIENCIAS DEL DESARROLLO RURAL REGIONAL.

Director:



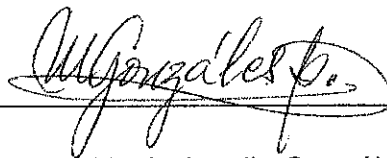
Dr. David Oseguera Parra

Asesor:



Dr. Ignacio Caamal Cauich

Asesora:



Dra. María Arcelia González Butrón

DEDICATORIA

A mi familia nuclear por el amor que nos une:

A mi madre Hermelinda Paque Cuin

A mi Padre Galdino Bautista Hernández

*A mis hermanas y hermanos: Lorena, Juliana, Tonatiuh, Eduardo y Ernesto, por los
eventos familiares que nos identifican*

A mi tía Elvira Bautista Hernández

A mis amigas y amigos, por su amistad de siempre

*A la mujer indígena de Michoacán, en especial a mi abuela Felipa Hernández de Jesús (+),
por el recuerdo fascinante que aún pervive en mi existencia*

Al Fenicio, por su amistad y confianza

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo financiero durante mi periodo de estancia en el Centro Regional Universitario Centro Occidente, apoyo que hizo posible realizar mis estudios.

A la Universidad Autónoma Chapingo, por brindarme nuevamente la oportunidad para profundizar en el conocimiento del sector rural.

Al Dr. David Oseguera Parra, por su indiscutible capacidad de dirección, enseñanza y amistad brindada. De igual manera por la crítica profesional que me permitieron enriquecer la investigación.

Al Dr. Ignacio Caamal Cauich, por sus enseñanzas en la investigación.

A la Dra. María Arcelia Gonzales Butrón, por su estímulo profundo para hacer visibles a las mujeres rurales en la investigación.

A la Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo, por permitirme interactuar en su vida, específicamente en su actividad artesanal.

A la C. Elvia Silva Bartolo, por su apoyo para coordinar el trabajo de investigación con las artesanas de Zipiajo.

A la Sra. Gabina Cabrera, por su hospitalidad durante mi investigación de campo en la localidad de Zipiajo.

Al Sr. Mario Hernández Torres, por su aportación intelectual en la revisión de la presente investigación.

A la Sra. Ma. de los Ángeles Torres García, por su amistad, ayuda y motivación durante mis estudios.

DATOS BIOGRÁFICOS

Magdalena Bautista Paque, hija de Hermelinda Paque Cuin y Galdino Bautista Hernández, nació el 25 de mayo de 1981 en el Municipio de Pátzcuaro, Michoacán. Curso su educación primaria y secundaria en el lugar de origen. Realizó sus estudios de preparatoria y de licenciatura en la Universidad Autónoma Chapingo, en el Departamento de Preparatoria Agrícola y en la División de Ciencias Económico-Administrativas de 1998 al 2005, obteniendo el título de Licenciada en Administración de Empresas Agropecuarias.

Entre las principales actividades desempeñadas se mencionan, en el año del 2005 trabajó en la CFE-DCO en la zona de Pátzcuaro, con los proyectos de "Análisis de un Modelo de Administración para la calidad: Una alternativa de trabajo para las empresas públicas", "Planeación Estratégica y Operativa 2006-2008 de la CFE-DCO", y "Seguridad e Higiene en el Trabajo". En el 2006 colaboró para Orgánicos e Hidropónicos de Pátzcuaro SPR DE RL, como capacitadora y asesora en Formulación y Evaluación de Proyectos Productivos.

Actualmente se encuentra laborando para una Agencia de Desarrollo Rural en el Estado de Guerrero.

La organización de la mujer indígena en la actividad artesanal en Zipiajo, Michoacán: Búsquedas y Retos

The organization of indigenous craftswomen in Zipiajo, Michoacán: searching for new challenges

Magdalena Bautista Paque*

Dr. David Oseguera Parra**

Resumen

La investigación se realizó en San Pedro Zipiajo, del Municipio de Coeneo, Michoacán, con un grupo de 44 artesanas, la hipótesis general fue: Parte de las estrategias de sobrevivencia que siguen las mujeres artesanas del medio rural ante la crisis económica, es la organización para producir y comercializar sus productos artesanales y así poder enfrentar los problemas económicos, sociales, políticos y de género.

Los resultados muestran que la actividad artesanal que desempeñan las mujeres rurales e indígenas en Michoacán, es importante para el desarrollo de la unidad domestica, además de que esta actividad revela la existencia de un conjunto de estrategias de reproducción en el interior del núcleo familiar, aunque esto representa que la mujer rural asuma nuevos roles que intensifican ritmos de trabajo de manera estacional, sus jornadas de trabajo, genera desafíos, saberes, espacios, y responsabilidades. Lo dicho anteriormente permite un reposicionamiento de la visión de sí misma como persona y como productora.

Palabras clave: Mujer indígena, artesanía, textiles, organización, comercialización

Abstract

This research work took place in San Pedro Zipiajo, a town of Coeneo, Michoacán. Forty-four craftswomen participated and the general hypothesis was: as a strategy for survival, craftswomen from rural areas face the economical crisis by organizing themselves to produce and commercialize their handicraft products, thus intending to solve economic, social, political and gender problems.

The results show that handicraft activities performed by rural and indigenous women are important for the domestic unit development. This activity reveals the existence of a series of reproduction strategies into the household, which represents new roles for women due to the increase of work and working days, new assumptions, challenges and scenarios, and of course, new responsibilities. On this basis, women are prone to modify the perspective about themselves as individuals and producers.

Keywords: *Indigenous woman, handicrafts, textiles, organization, commercialization.*

*Alumna

**Director de tesis.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Justificación.....	3
1.3. Planteamiento del problema.....	6
1.4. Objetivos de la investigación.....	12
1.5. Hipótesis.....	12
 CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Apertura comercial-El proceso de globalización.....	15
2.2. Economía campesina-Producción campesina y artesanal.....	20
2.3. Unidad doméstica o familiar.....	22
2.4. Productoras campesinas-Productoras artesanales-Estrategias de sobrevivencia.....	23
2.4.1. Productoras campesinas-Productoras artesanales.....	23
2.4.2. Estrategias de sobrevivencia.....	24
2.5. Organización-Organización para la producción.....	26
2.6. Concepto de la producción-Sistema de producción.....	28
2.6.1. El concepto de producción.....	28
2.6.2. Sistema de producción.....	28
2.7. Mercado-Mercados para la producción artesanal.....	29
2.7.1. Mercado.....	29
2.7.2. Contexto Internacional del Mercado de Artesanías.....	29
2.7.3. Contexto nacional del mercado de artesanías.....	31
2.7.4. Contexto regional del mercado de artesanías.....	34
2.8. Comercialización.....	35
2.8.1. Comercialización.....	35
2.8.2. Comercialización de la producción artesanal.....	36
2.8.3. Canal de comercialización.....	38
2.8.4. Segmento de Mercado.....	38
2.8.5. Tipos de agentes en la comercialización.....	38
2.9. Desarrollo rural y Género.....	40
2.9.1. Desarrollo rural sostenible.....	40
2.9.2. Teoría de género-Relaciones de género-División sexual del trabajo.....	41

2.9.3. Empoderamiento.....	43
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	46
CAPITULO IV. CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	51
4.1. Localización del Estado de Michoacán.....	51
4.1.2. Infraestructura.....	52
4.1.3. Antecedentes históricos.....	53
4.1.4. Lengua.....	55
4.1.5. Salud.....	56
4.1.6. Vivienda.....	56
4.1.7. Territorio, ecología y reproducción social.....	57
4.1.8. Organización social.....	59
4.1.9. Fiestas.....	60
4.1.10. Relaciones con otros pueblos.....	61
4.2. Localización del Municipio de Coeneo.....	61
4.2.1. Extensión.....	62
4.2.2. Orografía.....	62
4.2.3. Hidrografía.....	62
4.2.4. Clima.....	62
4.2.5. Suelo.....	62
4.2.6. Vegetación.....	62
4.2.7. Fauna.....	62
4.2.8. Agricultura.....	63
4.2.9. Ganadería.....	63
4.2.10. Recursos forestales.....	63
4.2.11. Vías de comunicación.....	63
4.2.12. Perfil socio-demográfico.....	63
4.2.12.1. Grupos étnicos.....	63
4.2.12.2. Evolución demográfica.....	63
4.2.13. Infraestructura social y de comunicaciones.....	64
4.2.14. Educación.....	64
4.2.15. Salud.....	64
4.2.16. Vivienda.....	64

4.2.17. Vías de Comunicación.....	64
4.3. Análisis de la localidad de San Pedro Zipiajo.....	64
4.3.1. Servicios públicos en la localidad.	66
4.3.2. Organización social de San Pedro Zipiajo.....	67
4.3.3. Características de los sistemas de abasto.....	67
4.3.4. Uso de algunos recursos naturales.....	68

CAPITULO V. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LAS ARTESANAS: RAMA TEXTILY ALFARERÍA.....

5. 1. Perfil de las artesanas de la rama de alfarería.....	70
5.1.1. Aspectos demográficos.....	70
5.1.2. Escolaridad y capacitación en el trabajo artesanal.....	75
5.1.3. Organización del trabajo de las alfareras en la unidad doméstica.....	80
5.2. Artesanas de la rama textil.....	82
5.2.1. Aspectos demográficos.....	82
5.2.2. Escolaridad y capacitación en el trabajo artesanal.....	89
5.2.3. Organización del trabajo en la unidad doméstica.....	93

CAPITULO VI. ORGANIZACIÓN DE LAS ARTESANAS DE ZIPIAJO: EL CASO DE LA UMAZ.....

6.1. Antecedentes de la organización.....	95
6.2. Estructura organizativa de la UMAZ.....	97
6.3. Tipificación de las artesanas de la UMAZ.....	98
6.3.1. Artesana diversificada.....	99
6.3.2. Artesana especializada en ciertos productos de alfarería.....	99
6.3.3. Artesana especializada en ciertos productos textiles.....	99
6.3.4. Artesanas intermediarias.....	99
6.3.5. Artesana maquiladora.....	100
6.4. Cambios en la organización (productivos y organizativos).....	100
6.5. Estacionalidad del trabajo de la artesana/ del esfuerzo aboral de la artesana.....	101
6.6. Calendario anual de las labores	102
6.7. División del trabajo por sexo.....	103
6.8. Invisibilidad del trabajo de la mujer rural	106
6.9. Organización de las artesanas de la rama de alfarería.....	106

6.10. Organización de las artesanías de la rama de textil.....	111
6.11. Análisis DAFO.....	116
 CAPITULO VII. LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA UMAZ.....	119
7.1. Rama de alfarería.....	119
7.1.1. Definición del producto.....	119
7.1.2. Carácter de la producción artesanal alfarera.....	120
7.1.3. Distribución de las horas de trabajo artesanal.....	121
7.1.4. Espacios y medios necesarios para la producción artesanal.....	122
7.1.5. Temporadas de mayor producción.....	123
7.1.6. Proceso de producción: alfarería.....	123
7.1.7. Dificultades de la producción artesanal.....	129
7.1.8. Materia prima y Medios de Producción.....	129
7.2. Rama textil.....	131
7.2.1. Definición del producto.....	131
7.2.2. Carácter de la producción artesanal textil.....	131
7.2.3. Importancia de la actividad artesanal.....	132
7.2.4. Descripción del proceso de producción artesanal: textil.....	133
7.2.5. Dificultades de la producción artesanal.....	134
7.2.6. Materia prima y medios de producción: artesanía textil.....	135
 CAPITULO VIII. COMERCIALIZACIÓN DE LA ALFARERÍA Y LOS TEXTILES....	137
8.1. Mercado de artesanías: rama alfarera y textil.....	137
8.2. Maneras de comercialización artesanal: textil y alfarero.....	137
8.3. Canal de comercialización: alfarería.....	138
8.3.1. Estructura de la artesanía de alfarería.....	139
8.3.1.1. Canales de comercialización directos.....	139
8.3.1.2. Canales de comercialización indirectos (intermediarios).....	140
8.4. Canal de comercialización textil	141
8.4.1. Estructura de la artesanía de textil.....	141
8.4.1.1. Canales de comercialización directos.....	141
8.4.1.2. Canales de comercialización indirectos (intermediarios).....	142
8.5. Estrategias de organización para mejorar la comercialización.....	142
8.6. Empaque y transporte de la producción artesanal.....	145

8.6.1. Caso de alfarería.....	145
8.6.2. Caso de textil.....	146
8.7. Problemas de comercialización artesanal.....	146
8.7.1. Problemas de comercialización en la alfarería.....	146
8.7.2. Problemas de comercialización en los textiles.....	149
IX. CONCLUSIONES.....	152
X. RECOMENDACIONES.....	157
XI. BIBLIOGRAFÍA.....	160
XII. ANEXOS.....	167

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Edad de las mujeres alfareras.....	70
Gráfica 2. Estado civil de las mujeres alfareras.....	71
Gráfica 3. Personas que cohabitan en la casa de la artesana.....	73
Gráfica 4. Artesanas que han migrado.	74
Gráfica 5. Escolaridad de las artesanas.....	75
Gráfica 6. Elección de la actividad artesanal.....	77
Gráfica 7. Grados de participación en la producción agrícola.....	81
Gráfica 8. Rango de edad de las artesanas del grupo textil.....	82
Gráfica 9. Estado civil.....	83
Gráfica 10. Personas que viven en la casa de la artesana del grupo de textil.....	86
Gráfica 11. Destino de los ingresos de la producción artesanal.....	87
Gráfica 12. Artesanas que han migrado.....	88
Gráfica 13. Escolaridad de las artesanas.....	89
Gráfica 14. Capacitación en la actividad artesanal.....	91
Gráfica 15. Motivos de elección de la actividad artesanal.....	91
Gráfica 16. Iniciación de la actividad artesanal.....	93
Gráfica 17. Participación en la producción agrícola.....	94
Gráfica 18. Motivos de integración a la organización.....	107
Gráfica 19. Años en el grupo.....	108
Gráfica 20. Motivos de las artesanas para incorporarse al grupo.....	111
Gráfica 21. Años en l grupo.....	112
Gráfica 22. Ventajas individuales por pertenecer al grupo.....	113
Gráfica 23. Artesanas que han obtenido premios en los concursos artesanales..	114
Gráfica 24. Artesanas que han obtenido el apoyo económico institucional.....	115
Gráfica 25. Carácter de la producción artesanal.....	120
Gráfica 26. Distribución de las horas de trabajo.....	121
Gráfica 27. Temporadas de producción artesanal.....	123
Gráfica 28. Carácter de la producción artesanal.....	131
Gráfica 29. Importancia de la actividad artesanal para las mujeres del grupo textil.....	132
Gráfica 30: Problemas de comercialización.....	148
Gráfica 31. Criterios para fijar precios al producto artesanal.....	148
Gráfica 32: Problemas de comercialización del grupo textil.....	150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conceptualización de la agricultura campesina.....	21
Tabla 2. Conceptos de organización.....	26
Tabla 3. Servicios y bienes domésticos (alfarería).....	72
Tabla 4. Servicios y bienes domésticos (textil).....	84
Tabla 5. Participación de hombres y mujeres.....	102
Tabla 6. División del trabajo por sexo.....	103
Tabla 7. División del trabajo en la producción de maíz.....	105
Tabla 8. Ventajas por pertenecer a la organización.....	109
Tabla 9. Análisis DAFO de la “UMAZ”.....	116
Tabla 10. Materia prima para la elaboración de enseres de barro.....	129
Tabla 11. Materia prima y medios de producción (artesanía textil).....	135

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Proceso de producción artesanal (textil).....	133
Diagrama 2. Canal de comercialización y distribución artesanal (alfarería).....	139
Diagrama 3. Canal de comercialización y distribución artesanal (textil).....	141

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

En México, los aspectos económicos, sociales y políticos, marcados por la política neoliberal que en la práctica apoya la globalización de la economía causa diversos efectos negativos; las fallas del Mercado, y además las fallas del Estado, como son el nulo o poco apoyo a la producción artesanal de grupos de mujeres, entre otros aspectos, provocan que algunas organizaciones de mujeres planteen proyectos o estrategias a nivel local y regional dirigidas a la satisfacción de sus necesidades básicas en busca de una alternativa para la sobrevivencia de las economías campesinas.

La problemática de investigación del presente trabajo se aborda desde la visión de las artesanas de la “Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo” (UMAZ). En Talleres basados en la metodología participativa y en entrevistas abiertas, las mujeres de la organización expresaron sus ideas, donde por consenso se determinó que el trabajo girara en torno a las artesanas y sus formas de organización, producción y comercialización de artesanías como apoyo para mejorar sus condiciones de vida.

En nuestro país la actividad artesanal forma parte de la economía campesina. Valverde (2005), afirma que la producción artesanal presenta diferencias tanto en función de la composición de los grupos domésticos, como en los efectos externos, tales como las fallas de mercado que inducen a emplear diversas estrategias de producción. En este sentido Bartra (1982:85) señala que: “El campesino es un productor que por regla general cede su mercancía por un precio inferior a su valor y a su precio de producción, porque a diferencia del capital, no puede dejar de vender por el hecho de no obtener ganancias”.

La actividad artesanal representa una forma alternativa de trabajo para las mujeres, generando ingresos extras para la familia rural, situación que refleja la importancia de la participación de la mujer rural en las actividades que se desarrollan dentro de la unidad doméstica, aunque esto origina el asumir nuevos roles.

En un sentido generalizado, Moctezuma (2002), afirma que en los contextos de producción artesanal, esto es, los procesos y formas de organización social que han dado continuidad a este quehacer en sus diferentes expresiones, son uno de los aspectos menos presentes en la literatura dedicada a las artesanías, y considera que las artesanas son actores sociales que generan estrategias para hacer de su actividad una alternativa laboral en medio de los drásticos cambios económicos que han venido impactando, desde hace 30 años, el viejo binomio agricultura-artesanía. En el caso de la alfarería de uso común y de diversas ramas artesanales, incluyendo las emergentes, las mujeres artesanas han sido el más importante vehículo de la supervivencia de este oficio.

Las actividades artesanales son la base del desarrollo de muchas familias rurales en América Latina, y para fines de este estudio tomamos una comunidad rural nacional. La intensión de la investigación tiene la finalidad de contribuir al desarrollo organizativo y productivo e incluir en él aspectos de comercialización de artesanías en su rama textil y alfarera de la UMAZ, localizada en la comunidad de San Pedro Zipiajo, municipio de Coeneo, Mich., adentrándose a su contexto, y así, formular estrategias de mejoramiento para la organización.

Lo anterior nos lleva a apreciar la importancia de la organización social y particularmente las formas que están reflejadas en la organización de la producción, puesto que indican las relaciones sociales y económicas.

Los elementos anteriores contribuyen a responder: *el por qué surge la organización de las artesanías, y cuáles son las ventajas sobre sus integrantes.*

Para responder a lo anterior, Flores y Rello (2002), señalan que las organizaciones surgen para establecer objetivos comunes, ya que es más sencillo alcanzarlos mediante la acción colectiva que de manera individual, y algunas surgen como respuesta a las restricciones que las instituciones les aplican.

Las organizaciones son estructuras económicas, administrativas, políticas y sociales dentro de las cuales los agentes llevan a cabo intercambios (Ayala, 1999, citado por Flores, 2002), dichas estructuras deben tener órganos de gobierno que establezcan reglas internas para controlar el funcionamiento de los productores rurales, puesto que de ellas dependerá el grado de participación, democracia y transparencia de la asociación, esto influye sobre sus resultados y su comportamiento.

De tal manera las ventajas de las organizaciones permiten aprovechar de mejor manera el modelo de la cooperación, así como repartir los costos son de la gestión administrativa, acceder a mercados y alcanzar escalas de producción adecuadas; así como tener también fuerza política y la capacidad de presión social. Tienen también capacidad para disminuir los costos de transacción, los costos de producción que cubren la transformación física de mercancías.

1.2. Justificación

En el contexto de la economía globalizada y la liberación del mercado mexicano, la UMAZ, se enfrenta a diferentes problemas, entre ellos el de comercialización de sus productos, debido a la falta de información de mercados, y problemas en la determinación de precios justos para las artesanías que elaboran.

El mercado de artesanías es un ejemplo de la confluencia e interacción de elementos tradicionales y modernos; de tal suerte que quienes elaboran una artesanía como ha sido su costumbre, están en un marco sociocultural y tecnológico tradicional, y quienes incorporan la modernidad para ganar eficiencia y rentabilidad dicen de su producción que es lo tradicional “hecho a mano”. Para el caso de las artesanas es una ventaja competitiva de mercancía.

Los productos que elaboran las mujeres de la UMAZ son dos ramas artesanales: alfarería “corriente” y textil, las cuales son conocidas en los mercados locales y regionales, principalmente por consumidores que comparten su identidad.

La artesanía de las mujeres de Zipiajo, pertenece al de la economía campesina o familiar limitada a los mercados locales y regionales (ferias en ciudades que fomentan la actividad artesanal), al mismo tiempo es una economía de libre mercado, que se realiza sin la intervención del Estado, invirtiendo las “ganancias” en la satisfacción de las necesidades básicas de la familia rural. Las actividades artesanales también se desarrollan de forma estacionaria, lo cual implica que el número de personas y sus necesidades individuales y sociales permanecen siempre constantes, al haber aumentado las necesidades del progreso así como y el alto coste para satisfacer sus necesidades básicas.

Por lo tanto, las artesanas de San Pedro Zipiajo se encuentran con límites estructurales que individualmente no podrían superar, tales como: la capacidad de oferta, la gestión de recursos, el desarrollo de liderazgo grupal e individual, la búsqueda de calidad de los productos, la diversificación de la producción, de ahí de el riesgo de depender de los intermediarios.

Una rápida caracterización de las mujeres artesanas de Zipiajo nos diría que son mujeres campesinas, indígenas, con una identidad comunitaria, basada en las relaciones de solidaridad y reciprocidad. Su economía se desenvuelve entre la agricultura, la artesanía y las actividades del hogar. Tejen desde niñas y conocen el funcionamiento del mercado local de artesanías, aunque no todas pueden salir a vender sus productos a los mercados regionales, debido a la existencia del sometimiento de la mujer rural e indígena en sus comunidades, además de las limitantes inherentes al elevado índice de analfabetismo derivado de sus limitaciones sociales y de género. Esta situación es una limitante para el desarrollo de las mujeres artesanas para hacer tratos relacionados con la organización.

La actividad artesanal representa una estrategia en el contexto rural, aunque para algunas artesanas, las ganancias derivadas de esta actividad no son las esperadas debido a los altos costes de producción, pese a esta situación en la organización de artesanas se han obtenido beneficios individuales y colectivos, en este sentido se abren otros mercados, se obtienen apoyos de instituciones públicas, entre otros.

Con base al contexto anterior, actualmente la UMAZ ofrece a sus integrantes mejorar o desarrollar su rol de productoras artesanas, con la finalidad de mejorar sus condiciones de vida en el interior de la organización y de su familia, lo que nos lleva a plantear estrategias generadas a través del análisis a fondo de la forma de organización, producción y comercialización de artesanías de la UMAZ.

1.3. Planteamiento del problema

En México las mujeres artesanas se enfrentan a diversos problemas:

- a) *En lo social*, la distribución de las tareas por género se han modificado, asumiendo así, nuevos roles, lo que ocasiona en el uso de su fuerza de trabajo discutible dentro del núcleo familiar.
- b) *En lo humano*, la falta del desarrollo de capacidades, por ejemplo, para la comercialización; la falta de oportunidades que tienen las mujeres rurales ante una economía globalizada, aunado a la desigualdad social que sufren muchas de ellas, por ser mujeres rurales e indígenas, entre otras.
- c) *En lo ambiental*, el aprovechamiento irracional de recursos naturales utilizados para la elaboración de algunas artesanías, esto debido al desconocimiento sobre los daños que se puede ocasionar al ambiente y por la necesidad de sobrevivencia.
- d) *En lo económico*, la dificultad para comercializar sus productos, derivada de las fallas del mercado, la falta de tecnología adecuada a sus necesidades, la falta de créditos, la falta de capital de inversión y la poca intervención del Estado para mejorar las condiciones de las artesanas en lo social, humano y económico.

Con base en lo dicho por Ayala (1996), el Estado y el Mercado coexisten en una tensión permanente que es complementaria, pero también competitiva, y que los resultados a los que llegan ambos, casi siempre difieren y ocasionalmente coinciden, es decir, que la maximización de los beneficios individuales no necesariamente conduce a la realización del bienestar social.

Para este mismo autor, la teoría de la falla del Mercado postula que la economía, conducida por las fuerzas del mercado, no es necesariamente eficiente. Sostiene que los mercados no producen resultados efectivos si se presenta cualquier factor que viole algunos de sus supuestos básicos: racionalidad, competencia perfecta, mercados completos, entre otros.

En referencia a las funciones del Estado, con el objetivo de mejorar la eficacia y eficiencia en el uso de los recursos públicos, asumimos que éste puede tener una intervención mínima, moderada o dinámica, pues busca corregir las disfunciones del mercado y aumentar la equidad (BM, 1998).

En opinión del Banco Mundial (1998), el Estado puede provocar daños enormes tales como: una normativa errónea puede desalentar activamente la generación de riqueza, distorsionando los precios; en los casos en que aun siendo la normativa acertada, puede ser aplicada en forma nociva por los organismos públicos o sus empleados; y la incertidumbre (Si el Estado cambia el sistema normativo con frecuencia o no aclara las reglas con que se regirán).

Es así como la interacción entre el Estado y el Mercado se ponen en entredicho, por los efectos negativos que han ocasionado a las pequeñas organizaciones rurales.

Con base en la dinámica de la organización rural, y la organización para la producción, así como la importancia que tiene sobre las actividades productivas, Flores y Rello (2002), afirman que las organizaciones rurales desempeñan funciones relacionadas con la coordinación y la escala económica, como son: propiciar la coordinación y cooperación entre individuos, permitir un mejor acceso a mercados de productos, mejorar el acceso a servicios y a precios bajos, sustituir a organizaciones gubernamentales en el

suministro de servicios. De igual forma los autores puntualizan que es necesario buscar nuevas formas de organización en México, puesto que sus productores rurales poseen poca tierra y una escala de producción reducida, lo que genera un problema, ya que al no tener economía de escala, los costes de transacción gravitan sobre unidades de producción muy pequeñas.

En México y Centroamérica se encuentran un conjunto de organizaciones actuantes y de redes, formales e informales, tradicionales y modernas, surgidas en la localidad o inducidas desde fuera; estas organizaciones representan un papel importante en el desarrollo rural y cada una tiene diferentes funciones, ya sean productivas, sociales, religiosas o políticas. Además estas organizaciones locales son importantes como vehículos de cooperación y de acción colectiva, así mismo tienen relevancia en los procesos de desarrollo regional (Flores, 2002).

El capital social es referido como la capacidad colectiva de tomar decisiones y actuar conjuntamente para perseguir objetivos de beneficio común. La fuente de esta capacidad es la suma e interacción de varios individuos agrupados en una pequeña asociación o una comunidad entera, en busca de un interés común, que puede ser el de incrementar el ingreso y el bienestar de la sociedad (Flores, 2002).

En una comunidad campesina en la que hay formas de ayuda mutua y los instrumentos productivos se prestan gracias a relaciones de confianza, este capital social permite a los productores realizar sus tareas con menos capital físico y monetario del que sería necesario si aquél no existiese.

Bajo el contexto anterior, nos encontramos con la organización de mujeres rurales de la comunidad de San Pedro Zipiajo, las cuales para su sustento asumen la actividad

artesanal, agropecuaria y otros oficios. Siendo la primera de ellas parte de la presente investigación.

Inicialmente las artesanas de la UMAZ formaron su organización en 1981, con el propósito de trabajar de manera conjunta para la producción de sus artesanías y obtener beneficios a través de la Casa de Artesanías, que es el organismo gubernamental de Michoacán que impulsó la organización de artesanas.

La organización ha trascendido a nivel local y se puede observar que en su proceso organizativo han desarrollado habilidades para la toma de decisiones en cuanto a su manera de organizarse dentro de la agrupación y fuera de esta. Desde la óptica de las mujeres artesanas, el aspecto de la comercialización de la producción ha sido uno de los ejes para que la UMAZ busque maneras óptimas de organización para la comercialización de sus artesanías, lo anterior ha sido acompañado de una estructura organizativa sólida, que permite la participación de las socias y la comunicación en todos los niveles, en coordinación con una líder que cuenta con más de 25 años de experiencia en el funcionamiento de la organización.

Con base en los talleres participativos realizados por la autora con este grupo, en búsqueda del presente trabajo, se determinó que existen límites establecidos por el Mercado en referencia a la comercialización de artesanías, por la falta de demanda constante, ya que existen dificultades para revalorar la cultura indígena en la producción artesanal, además del desconocimiento de aspectos económicos dentro de la organización, como son las dificultad para la determinación de los costes de producción y la determinación de precios, de tal forma que se requiere de alternativas acordes a las necesidades del grupo de mujeres.

Pese a lo anterior, las artesanas visualizan a la organización como una estructura que les permite mejorar las condiciones de su actividad productiva al proporcionarles medios para la producción artesanal, asesoramiento, posibilidades de obtención de mejores precios en sus productos y capacitación para mejorar la calidad y diversificar sus productos con nuevos diseños.

En su rama textil las prendas que producen son confeccionadas y bordadas con el tradicional punto de cruz, y los productos que elaboran son: servilletas, delantales, manteles, de diferentes colores y tamaños, entre otras piezas. Los bordados de estas piezas son alusivos a motivos tradicionales que incluyen pájaros, flores, y figuras geométricas. En una línea del tiempo, las artesanas han innovado de forma mesurada los productos y diseños, creando y desarrollando mercados para los nuevos consumidores; de tal suerte que el destino de la producción se ha diversificado, encaminándose a partir del mercado local al mercado regional.

En la rama de alfarería la producción es tradicional, con innovaciones en su diseño, y en su mayoría es destinada al mercado regional para las fiestas patronales de otros pueblos y de la misma comunidad, los productos terminados son ollas de diferentes tamaños, comales, figuras decorativas que reflejan la identidad de los pueblos rurales, entre otros.

El aprendizaje en la elaboración de las artesanías de alfarería y textil se transmite familiarmente de generación en generación. Para el caso de la producción textil se han tomado cursos de capacitación en la elaboración de nuevos diseños y en la combinación de colores. Estos cursos han sido impartidos por la Casa de Artesanías de Morelia. En la producción de alfarería han comprendido que el mercado regional en los pueblos

principalmente indígenas, son sus puntos de venta más fuertes ya que el tipo de producto es destinado para el uso cotidiano y por lo tanto las innovaciones a esta rama artesanal han sido medidas.

Con base en lo anterior se formularon las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el papel de la mujer rural e indígena en la actividad artesanal?
- ¿Qué impactos en su condición de artesanas ha generado su participación en la UMAZ?
- ¿Cuáles son las fases de evolución de la organización y a qué propósitos responde?
- ¿Por qué producir artesanías? ¿Es una actividad rentable, de sobrevivencia, complementaria, o una costumbre?
- ¿Qué alternativas de tipo organizativo, de producción y comercialización se pueden impulsar para mejorar la eficacia y eficiencia de la actuación de la UMAZ?
- ¿En qué medida la producción y comercialización de artesanías, satisface los requerimientos de las integrantes de la Unión de Artesanas de Zipiajo?
¿Quiénes resultan beneficiados?

Estas preguntas se pueden expresar en la formulación de los siguientes objetivos de investigación.

1.4. Objetivos de la investigación

Objetivo General

Describir y analizar las formas de organización y el proceso de producción de artesanías de la Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo, con el propósito de comprender cómo esto responden a la problemática de Mercado y proponer acciones alternativas acordes a las necesidades de este grupo.

Objetivos Particulares

1. Identificar las estrategias de organización, producción y comercialización de la UMAZ ante una economía globalizada, en la actualidad y en su pasado.
2. Identificar la importancia que juega la actividad artesanal de las mujeres en la lógica de la economía campesina y en sus relaciones de género.
3. Determinar los canales de comercialización de las artesanías de alfarería y textiles producidas por la UMAZ.
4. Proponer recomendaciones para mejoras en los aspectos de organización, capacitación, producción, comercialización para lograr una mejor inserción en los mercados y la obtención de precios justos para los productos artesanales.

1.5. Hipótesis

En la presente investigación se asume que las organizaciones autogestivas pueden generar capacidades que les permitan establecer mecanismos de regulación y control interno para llegar a mejorar su calidad de vida de acuerdo al ingreso complementario que logren mediante la comercialización de artesanías elaboradas por el grupo. En este sentido se plantean las siguientes hipótesis:

General

- La estrategia de sobrevivencia que siguen las mujeres artesanas del medio rural, ante la crisis económica, para lograr satisfacer sus necesidades básicas, es la organización para producir y comercializar los productos artesanales que elaboran y así poder enfrentar los problemas económicos, sociales, políticos y de género.

Particulares

- Los problemas de organización, producción y comercialización de artesanías, están relacionados con las insuficiencias de educación de las integrantes de la UMAZ, esto derivado de las limitaciones en que vive la mujer indígena para acceder a los centros educativos.
- Debido a que las mujeres, por cuestiones de género, juegan un papel donde resienten más la crisis económica, han tenido que desarrollar estrategias de sobrevivencia, tales como producir artesanías, trabajar en el campo, en el hogar, e incluso migrar, entre otras alternativas.
- La actividad artesanal funge como complemento de ingresos de la producción agrícola en su sentido más amplio, para el sustento de las familias rurales.
- El grupo de mujeres se ve limitado en su desarrollo por factores que obstaculizan su progreso en la producción y comercialización de artesanías textiles, los cuales pueden agruparse en:
 - a) *Internos*: desconocimiento de nichos de mercado, ante una economía globalizada; desconocimiento de los requerimientos del mercado y la falta de tecnología adecuada para la producción, además problemas de género, entre otros.

-
- b) *Externos*: aspectos económicos, falta de información de mercados por las instituciones competentes, la poca inversión de las Autoridades Municipales para la asesoría y capacitación a las artesanas de Zipiajo, así como la falta de asesoramiento especializado de ingeniería de procesos, administración y mercadotecnia, hacen que este grupo sea vulnerable a la competencia y a las variaciones del mercado.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

Los grupos indígenas de México poseen una economía fundamentalmente productora de valores de uso, es decir, dirigida principalmente a la autosuficiencia local o regional; ello supone que las satisfacción de necesidades más apremiantes o básicas, como son las de alimento, vestido, vivienda, salud a través de las cuales la etnia materialmente se reproduce, se logra esencialmente a partir de los bienes obtenidos de la naturaleza y de su circulación entre comunidades con economías complementarias; es decir, de aquellas comunidades que tienen una actividad fundamental, ya sea agrícola, forestal, ganadera o artesanal, y otra que les sirve de complemento para obtener los recursos necesarios para sobrevivir (Acevedo, 1998).

En este sentido, la actividad artesanal que desempeñan las mujeres rurales e indígenas en Michoacán, es importante para el desarrollo de la unidad familiar, además de que esta actividad revela la existencia de un conjunto de estrategias de reproducción en el interior del núcleo familiar, aunque esto implica que la mujer rural asuma nuevos roles que intensifican su carga de trabajo.

Para fines del trabajo de investigación, fue necesario desarrollar los siguientes conceptos:

- Apertura comercial – El proceso de la Globalización
- Economía campesina - Producción campesina- artesanal
- Unidad doméstica o familiar
- Productoras campesinas - Productoras artesanales - Estrategias de sobrevivencia.
- Organización-Organización para la producción

-
- Concepto de producción-Sistema de producción
 - Mercado-Mercados para la producción artesanal
 - Comercialización
 - Desarrollo rural y Género
 - ✓ Desarrollo rural
 - ✓ Teoría de género-Relaciones de género-División sexual del trabajo
 - ✓ Empoderamiento

2.1. Apertura comercial-El proceso de globalización

Los efectos del TLCAN, han sido negativos en la agricultura campesina, puesto que ha propiciando bajos ingresos y desempleo, repercutiendo así en mayor pobreza, además de procesos intensos de migración, menor rentabilidad agropecuaria y forestal, así como cambios de patrones de cultivos tecnológicos, diferenciación social (De la Tejera, 2001); viéndose a la pobreza como resultado de un complejo deterioro de los activos capital, trabajo y tierra con que cuenta el productor (Aceves, 2001), además esto ha conllevado atraso en las regiones marginadas (Paz, 2003), dependencia del exterior para el abastecimiento de algunos productos agrícolas de consumo humano, en donde la política de seguridad alimentaria muestra su prioridad de lo cuantitativo y barato versus la calidad (Appendini, et. al., 2003).

En este contexto las mujeres en el campo han enfrentado durante la crisis un doble proceso, excluidas como productoras e incorporadas como trabajadoras; sin embargo, las condiciones de trabajo no son las más favorables ya que son explotadas, aunque se abran espacios para la organización de mujeres trabajadoras.

El modelo neoliberal impuesto en el país, se caracteriza por la reducción del gasto público, menor presencia del Estado en la regulación, en la producción, y en la promoción del desarrollo. De acuerdo con el Banco Mundial (1998) el mejor método para distribuir los bienes y servicios, es un mercado que funcione en libre competencia, en el cual las organizaciones de mujeres se ven afectadas, por las jornadas intensas de trabajo que han deteriorado sus niveles de salud y de bienestar.

Para Flores *et al.* (1999), la liberación comercial y la ampliación de los flujos comerciales ha sido un proceso de diferentes asimetrías, ya que se concentran los flujos comerciales entre los países desarrollados, dejando en desventaja a los países en vías de desarrollo. Por lo tanto nos menciona que la globalización constituye una tendencia al desarrollo, que se desprende de los objetivos estratégicos de las empresas. Se manejan dos estrategias: la globalizadora y la de localización global. En este sentido la mundialización del capital significa el ascenso hegemónico de la competencia, del mercado, de la lógica de la ganancia y de la acumulación.

Con base en el proceso de globalización, la intensificación de las relaciones sociales en una escala mundial que ligam localidades con una extensión territorial amplia, adquieren dominancia sobre los procesos, relaciones y estructuras nacionales; unos subordinan la diversidad global, otros sólo se apegan a lo local, pero los cambios se constituyen recíprocamente, con múltiples mediaciones, el desarrollo se da en un escenario global, desigual, combinado y contradictorio (Ianni, 1990).

En este sentido Stiglitz (2002), afirma que la globalización es un asunto apremiante de nuestro tiempo, una fuerza que ha producido tanto bien, ahora ha generado controversia; ha reducido la sensación de aislamiento en gran parte del mundo en

desarrollo, brindando acceso al conocimiento, sin embargo no ha conseguido reducir la pobreza y garantizar la estabilidad, ya que las crisis en América Latina han aumentado. La globalización presenta facetas negativas y reduce beneficios, por ejemplo la liberación económica, que para países en vía de desarrollo fue un golpe a su economía, el capitalismo enfrentó la crisis más severa de la historia: la Gran Depresión, que abarcó todo el planeta.

Para De la Tejera *et al.* (2002), la globalización es vista como una transformación homogénea que se orienta en una sola vía y se impone unidireccionalmente. Se observa transición referida en los ordenamientos mundiales y globales, donde se están modificando estructuras y relaciones, pero aún no se definen claramente los perfiles que ocuparán su lugar. Se están dando cambios en diferentes terrenos: cambios en la vida económica, cambios en la vida socio-política, cambios en la vida ambiental y cambios en el conocimiento.

La globalización para las mujeres representa un aumento de trabajo gratuito en el hogar y trabajo doméstico fuera de éste, mano de obra barata y sin condiciones laborales, trabajos precarios e inestables, violencia y migración. El modelo económico aumenta la dependencia económica de las mujeres, pues las remuneraciones que obtienen no les permiten contar con lo necesario para vivir de manera digna e independiente, se ve en la necesidad de aceptar trabajos en condiciones laborales precarias (Núñez, 1998).

Con base en el proceso de globalización, las mujeres con actividades artesanales vivieron cambios drásticos en sus sistemas tradicionales de producción que las obligaron a innovar sus artesanías ya que el mercado demandante exigía nuevos diseños acordes a sus gustos, costumbres, preferencias, etc. En este sentido, las artesanas decidieron

arriesgarse a producir y experimentar con sus materias primas cosas distintas de las que por muchos años habían venido haciendo; mejoraron la calidad de sus trabajos, innovaron formas, crearon nuevos diseños; esto es lo que la corriente internacionalizadora del capital ha provocado en la producción artesanal.

Debido a los problemas que genera la globalización en el mundo en general y en el país en particular, el sector rural ha sido afectado de forma desmesurada, modificando sus costumbres, provocando la migración dentro o fuera del país, entre otros efectos negativos, por las carencias que se viven en el espacio rural.

Desde la perspectiva internacional las diferentes instituciones reguladoras del mercado (FMI y BM) se han encargado de promover la apertura comercial de los países en vías de desarrollo, impulsando la privatización y la liberalización (Stiglitz, 2002). En las actividades artesanales esto genera efectos negativos si no se dota de una normativa adecuada al proceso de globalización, ya que las formas de subsistencia serían más difíciles, por la libre competencia.

La internacionalización del capital ha afectado desmesuradamente a organizaciones dedicadas a la producción de artesanías. Flores (1999) menciona que las actividades más internacionalizadas son las ventas /o la comercialización, bajo un sistema neoliberal donde los más prósperos van eliminando a los menos desarrollados, y así se va consolidando la hegemonía económica, donde las ganancias y acumulación se generan para las grandes transnacionales, que se han regionalizado en diferentes puntos del mundo por medio de procesos intrafirmas, generando concentración de capitales y debilitando las economías internas del país.

Con base al contexto anterior, la producción artesanal en la esfera globalizada, constituye un sugerente y sólido motivo de reflexión sobre el futuro de la artesanía como alternativa de generación de ingresos en comunidades de algunas regiones de Michoacán y en el contexto de los fuertes cambios estructurales estimulados en las últimas tres décadas por la globalización económica.

Para el caso de las mujeres artesanas la globalización se ha reflejado en sus actividades, sus modos de vida, y las nuevas actividades agregadas a sus jornadas de trabajo; el lado positivo de la globalización para los grupos de mujeres artesanas es la posibilidad de acceder a nuevos mercados, nacionales e internacionales, sólo si existe una política macroeconómica adecuada; en este sentido Stiglitz (2002) menciona que el país en desarrollo no debe forzarse a abrirse ya que las organizaciones que nacen en el sector rural son vulnerables a la competencia, y esto puede traer graves consecuencias sociales y económicas, además de que en las actividades artesanales, no se cuenta con subsidios importantes, fomento y políticas adecuadas; esto es claro para las artesanas de las regiones donde se producen artesanías (generalmente comunidades indígenas), ya que se han enfrentado a la libre competencia, donde quedan en desventaja por sus altos costos de producción y la mucha fuerza de trabajo que se emplea para la elaboración de estos artículos, además de la falta de políticas de fomento artesanal que estimulen la producción y comercialización de forma eficiente.

2.2. Economía campesina-Producción campesina y artesanal

El concepto de economía campesina engloba al sector de la actividad agropecuaria nacional, donde el proceso productivo es desarrollado por unidades de tipo familiar con el objetivo de asegurar, ciclo a ciclo la reproducción de sus condiciones de vida y de

trabajo, o, si se prefiere, la reproducción de los productores y de la propia unidad de producción (CEPAL, 1982).

La economía doméstica (campesina) es el estudio de los recursos individuales y familiares, y de la gestión de la vida familiar. Inicialmente hacía referencia a las tareas domésticas, sin embargo hoy se presentan tanto diversidad en las actividades como diversidad de los recursos (Chayanov, 1974).

En la economía campesina las familias que tienen alguna fuerza de trabajo inutilizada la derivan hacia el trabajo artesanal, el comercio y otros medios de subsistencia extra agrícola o no agrícola para cubrir sus necesidades (Chayanov, 1974:98).

La siguiente tabla presenta la afirmación de la CEPAL (1982), en referencia a la Agricultura Campesina.

Tabla 1. Conceptualización de la Agricultura Campesina

	Agricultura Campesina
Objetivo de la producción	Reproducción de los productores y de la unidad de producción
Origen de la fuerza de trabajo	Fundamentalmente familiar y, en ocasiones, intercambio recíproco con otras unidades; excepcionalmente, asalariada en cantidades marginales
Destino del producto y origen de los insumos.	Parcialmente mercantil
Criterio de intensificación de trabajo	Máximo producto total, aun a costa del descenso del producto medio. Límite: producto marginal cero.
Riesgo e incertidumbre	Evasión no probabilística: "algoritmo de sobrevivencia".
Carácter de la fuerza de trabajo	Fuerza valorizada de trabajo intransferible o marginal
Componentes del ingreso o producto neto	Producto o ingreso familiar indivisible y realizado parcialmente en especie.

Fuente: CEPAL, 1982

La explotación campesina forma una pequeña unidad de producción-consumo que encuentra su principal sustento en la agricultura y es sostenida, principalmente por el trabajo familiar. Las necesidades de consumo familiar y las deudas contraídas con los que detectan el poder político-económico definen en grado mayor el carácter de la producción (Shanin, 1974).

Lo anterior nos refleja el porqué de la diversificación de las actividades en los espacios rurales, tal es el caso de la actividad artesanal como complemento al ingreso en la unidad doméstica.

2.3. Unidad doméstica o familiar

Rivera (1999), afirma que la unidad doméstica familiar es la unidad de producción y consumo. Los medios de subsistencia para su reproducción se obtienen a través de la realización de varias actividades donde se utiliza fundamentalmente el trabajo familiar dependiendo del tipo de acceso a recursos de diversa índole y mercados laborales para obtener ingresos.

La forma en que la familia campesina combina una serie de actividades y recursos expresa una determinada racionalidad, puede ser concebida como estrategias de vida. Éstas representan una determinada lógica familiar en un momento del ciclo vital que combina recursos y actividades en relación con los mercados a fin de reproducirse. (Rivera, 1999).

2.4. Productoras campesinas-Productoras artesanales-Estrategias de sobrevivencia

2.4.1. Productoras campesinas-Productoras artesanales

En la generalidad de los países, los campesinos constituyen la mayoría de la humanidad, lo que se denomina “el pueblo”. Los campesinos hacen suspirar a los economistas, sudar a los políticos y maldecir a los estrategas, al desarrollar sus planes y profecías por todo el mundo (Shanin, 1979).

Este mismo autor afirma que el campesinado se compone de pequeños productores agrícolas que, con la ayuda de equipo sencillo y el trabajo de sus familias, producen sobre todo para su propio consumo y para el cumplimiento de sus obligaciones con los detentadores del poder político y económico. Esta definición implica una relación específica con la tierra, con la granja familiar campesina y con la comunidad campesina como las unidades básicas de la interacción social; una estructura ocupacional específica, e influencias de la historia pasada y patrones específicos de desarrollo.

En la producción artesanal la elaboración de los diferentes productos presenta importantes diferencias en función de la composición del grupo doméstico. En el caso de las unidades familiares que están compuestas por muchos hijos se observa que la intensificación del trabajo aumenta, y varios miembros de la familia dirigen su fuerza de trabajo a la elaboración de artesanías, con las cuales pueden obtener un ingreso complementario que apoye al gasto familiar. Es pertinente destacar que la actividad artesanal parecería actuar de sustituto del trabajo asalariado ante la ausencia de ofertas “convenientes”; por lo tanto, la producción artesanal es una estrategia que emplean los campesinos ante la “estación muerta”; esto nos lleva a considerar la relación entre la estacionalidad de ambas labores (Valverde, 2005).

2.4.2. Estrategias de sobrevivencia

Para Espín (1999), las estrategias campesinas hacen referencia, por un lado, a los mecanismos que las unidades familiares practican para hacer frente al problema del acceso a los mínimos requerimientos nutricionales y así mismo a los satisfactores de sus necesidades básicas para asegurar la supervivencia y reproducción social.

Las estrategias de sobrevivencia y de reproducción social se mueven en el eje conformado por la tierra y el mercado (Sanchez y Parga, 1980; citado por Zarate, 2007). La reproducción se conceptualiza como el proceso por el cual los miembros de la unidad doméstica desarrollan un conjunto de actividades con el objetivo de asegurar su mantenimiento como unidades campesinas de producción y de consumo (Rocha, 1998, citado por Zarate, 2007: 32).

En este sentido las respuestas de los productores rurales ante las políticas de ajuste y la crisis económica, pueden evaluarse a partir de las encuestas elaboradas por la CEPAL en México en 1990, 1994 y 1997. Las respuestas son heterogéneas, como corresponde a diversos tipos de productores y se dan en diferentes terrenos como la producción agropecuaria, la participación en los mercados laborales y de tierras; afectan a la utilización de sus organizaciones sociales y pasan por el establecimiento de convenios y alianzas con otros grupos sociales (CEPAL, 1999). Tales estrategias se resumen a continuación:

- Autoconsumo y producción agropecuaria: La autosuficiencia alimentaria de la familia es un objetivo primordial para cuyo logro no se escatiman medios. Se están fortaleciendo algunos cultivos tradicionales de la economía campesina, como el maíz y el frijol, y con un crecimiento lento se da diversificación de cultivos (comerciables

y exportables); también se está dando un aumento de la intercalación de cultivos, es decir, los productores aprovechan al máximo los programas oficiales de apoyo al campo.

- Participación en los mercados laborales: se están realizando actividades extra agrícolas, se recurre a las actividades artesanales, se opta por migrar para agilizar los activos de la familia (tierra, ganado, mejoramiento de la parcela), y la participación en el mercado de tierras.
- Los tratos de tierras: rentar a otros o tomar en renta, vender y comprar o entrar en convenios de aparcería o de otro tipo, son parte de las estrategias de las familias rurales y la organización social y participación en asociaciones

En este sentido, el establecimiento de relaciones de solidaridad y ayuda mutua, la formación de organizaciones sociales y asociaciones de diversos tipos, para a través de ellas actuar colectivamente, son una parte esencial de la estrategia de los campesinos.

El ejido y la comunidad siguen siendo los principales mecanismos de acción colectiva en el campo mexicano. También son importantes las organizaciones informales y las redes de cooperación locales, como todas las formas de ayuda mutua y solidaridad, que reciben diferentes nombres: tequio, faena, etc. Los pequeños productores creen en sus organizaciones y seguirán usándolas y adecuándolas a las condiciones externas cambiantes.

Otra estrategia de los y las campesinas es asociarse con agentes productivos y empresas privadas, con el propósito de conseguir lo que los mercados incompletos o inexistentes y las instituciones deficientes no pueden ofrecerles para satisfacer sus necesidades.

2.5. Organización-Organización para la producción

Nuestra sociedad, es en su organización multifacética, por el número elevado de formaciones complejas, conscientes de sus fines y racionalmente constituidas: las empresas, los hospitales, las escuelas, las iglesias, las asociaciones de productores rurales, la agrupación de mujeres campesinas, entre otras.

“Todas las formaciones sociales orientadas hacia fines concretos serán calificadas como organizaciones” (Mayntz, 1982:11).

La siguiente tabla muestra una serie de concepciones sobre la organización (citados por De la Tejera, 1996).

Tabla 2. Conceptos de organización

Mayntz	Formaciones sociales de totalidades articuladas con un círculo de miembros y una diferenciación interna de funciones. Orientadas de manera consistente hacia fines y objetivos específicos. Están configuradas racionalmente para cumplir con los fines y objetivos previstos.
Max Weber	Es un sistema de actividad continua encaminada a un propósito de tipo particular.
Etzioni	Unidades sociales que persiguen fines específicos, donde su propia razón de ser es el servicio de estos fines.
Parsons	Unidades sociales, deliberadamente construidas para alcanzar fines específicos.
Bernard Chester	Sistema de actividades a fuerza conscientemente coordinada de dos o más personas.
Gómez	Implica la integración de los recursos y la cooperación de los campesinos para solucionar problemas comunes.

Fuente: De la Tejera, 1999

Por lo tanto las organizaciones se perciben como estructuras que pueden ser políticas, económicas, sociales, con fines acordes a sus necesidades o conveniencias, además dentro de estas se llevan acabo intercambios regidos por la estructura interna, que pueden ser las políticas, normas y reglas escritas o no escritas.

Las organizaciones rurales desempeñan funciones relacionadas con la coordinación y la escala económica, como son: propiciar la coordinación y cooperación entre individuos, permitir un mejor acceso a mercados de productos, mejorar el acceso a servicios preferentemente a precios bajos, sustituir a organizaciones gubernamentales en el suministro de servicios (Flores, 2002)

Una organización de productores es exitosa cuando ha alcanzado las metas propuestas como: apropiarse de su proceso productivo o realizarlo con eficiencia; diversificar sus productos; aplicar nuevas tecnologías; acceder a nuevos mercados; gestionar mecanismos de microfinanciamiento; aprovechar recursos naturales de manera sostenible y realizar obras en beneficio de los productores. Los factores de éxito se combinan de distintas maneras en los diferentes tipos de organización y los terrenos donde actúan. El modelo que maneja Flores se concentra en los factores internos de las organizaciones y sus arreglos institucionales, así mismo en factores externos como es el contexto político y económico que las envuelve e influye. En cuanto al contexto económico se presentan bajas de precios de productos agrícolas y descensos de créditos y apoyos económicos, mismos que han afectado a las organizaciones de productores. En el contexto político algunos presentan reacciones en las autoridades gubernamentales frente a las luchas y organizaciones campesinas. Debido a lo anterior el Estado, sus políticas, y programas desempeñan un papel crucial como creadores de condiciones favorables y como catalizadores de procesos de organización rural (Flores, 2002).

2.6. Concepto de la producción-Sistema de producción

2.6.1. El concepto de producción

Se entiende por producción la adición del valor a un bien-producto o servicio por efecto de una transformación. Producir es extraer o modificar los bienes con el objetivo de volverlos aptos para satisfacer necesidades (L. Tawfik, 1993; citado por Mendoza, 2002). En este sentido la producción debe ser algo tangible o intangible pero útil, que proporcione bienestar y satisfacción de necesidades para la sociedad; además tiene ciertas implicaciones como: supervivencia de la humanidad; satisfacción de las necesidades primarias: alimentos, vestido, calzado, habitación, salud, la generación de riquezas, formación de recursos humanos más capacitados, entre otros.

2.6.2. Sistema de producción

Para Riggs (1976), un sistema, es un todo interrelacionado y coordinado en cada uno de sus elementos. Además, todos los sistemas pueden ser de tres tipos:

- 1) Sistemas probabilísticos.- Son aquellos cuyas actuaciones dependen de las condiciones del azar.
- 2) Sistemas determinísticos.- Son aquellos en los cuales la actuación de los agentes depende estrictamente del conocimiento, de la capacidad y del trabajo realizado.
- 3) Sistemas holísticos.- Son aquellos que actúan por resultado de la corriente o que reaccionan tardíamente a los cambios en su medio ambiente y al propio dinamismo de sus elementos (son sistemas impredecibles).

2.7. Mercado-Mercados para la producción artesanal

2.7.1. Mercado

El Mercado se define como “Un espacio donde las fuerzas de la oferta y de la demanda trabajan para determinar o modificar el precio, y donde la posesión de un bien o servicio es transferida en forma física y/o institucional” (Cochrane, 1957).

Para propósitos de negocios se define el Mercado “como las personas u organizaciones con deseos, necesidades a satisfacer, dinero para gastar y la disposición para hacerlo “(Stanton et al., 1994: 53; citado por García, 2003).

2.7.2. Contexto Internacional del Mercado de Artesanías

En el contexto nacional e internacional la producción y comercialización de artesanías en México está determinada por los elementos que menciona la FAO (1995) que son: las políticas macroeconómicas, las condiciones de mercados, las tecnologías de producción, además de la política cambiaria y de comercio exterior, que sólo beneficia a las grandes corporaciones que tienen la capacidad de aprovechar las ventajas para la exportación, a diferencia de las organizaciones pequeñas que difícilmente cumplen con el requisito de tener un capital sólido, y una producción constante por la estacionalidad del ciclo agrícola, que demanda la fuerza de trabajo familiar en temporadas de siembra y cosecha.

Los artesanos con sus semejanzas legales técnicas, tecnológicas y de condiciones de salud, tienen diferencias de origen y de mercado, lo que ha provocando cambios en su organización productiva tradicional (Novelo, 2004).

Uno de los aspectos del mercado “global” de artesanías, en su pretensión de integración mundial del comercio, originó una maquila internacional de artesanías “típicas” que ha desembocado en una apropiación comercial de identidades culturales

como la producción de tapetes de modelos indios estadounidenses en telares de Oaxaca o la fabricación de guitarras de Paracho en Japón, país en el que alguna vez se copiaron los deshilados de Aguascalientes produciéndolos a máquina en grandes cantidades (Novelo, 2004). Por su parte, la caída de algunas barreras comerciales ha permitido que nuestro país se vea inundado de “chucherías” cestería y textiles, baratísimos procedentes de China y Guatemala.

En la búsqueda de nuevos mercados para las artesanías mexicanas por ejemplo el europeo, se requiere de modelos que compitan con los africanos y asiáticos en la comercialización de artesanías¹. Pero hasta ahora ni existe un modelo iberoamericano de exportación ni las grandes cadenas europeas se han interesado por las artesanías mexicanas, quizá exceptuando las grandes bodegas de Estados Unidos que compran artículos baratos y de dudosa calidad. En entrevistas con funcionarios de Casas de Artesanías, han manifestado que la exportación directa no se ha convertido en una opción realista (Novelo, 2004).

En la actividad de los talleres artesanales, los problemas más agudos tienen que ver con la competencia. Se ha trabajado con la calidad y originalidad de sus productos, atendiendo a los cambios del mercado introduciendo mejoras en la organización de su trabajo, dependiendo de las exigencias y necesidades de los consumidores.

¹ Lejarreta V. (1999), citado por Novelo, 2004, señala que el modelo africano entró desde 1980 al mercado europeo con productos de arte popular tradicional, “con perfecta indicación de su procedencia, materias utilizadas, técnicas y simbolismos” asociados a una imagen de prestigio y calidad que se venden a precios altos a través de canales selectos y especializados. El modelo asiático, con productos de precios muy reducidos al alcance de cualquiera, se distribuyen en canales más amplios: supermercados y grandes almacenes.

2.7.3. Contexto nacional del mercado de artesanías

Como antecedente se tiene que a finales del siglo XVIII el monopolio artesanal empieza a debilitarse. La independencia, proclamada en 1821, trae consigo el libre comercio. La naciente industrialización y la competencia versus productos importados debilitan gravemente la posición de oficios. Con la guerra civil y las diversas intervenciones extranjeras, queda casi derrotada la economía del país, lo que lleva nuevamente a un aumento de la producción artesanal. En 1867, se consolida la República y empieza la reconstrucción (Gouy-Gilbert 1987:51, citado por Stolley 1992). En este contexto en México la producción artesanal entre los grupos indígenas debe satisfacer, en primer lugar, las necesidades hogareñas y en segundo las de la comunidad. Como menciona Turok (2001), una vez cubiertas las necesidades de la unidad doméstica y del caserío y comunidad a través del trueque, apareció la producción mercantil, misma que dio impulso al comercio de diferentes objetos.

Las necesidades de los artesanos se van incrementando, para lo cual se buscan nuevas formas de producción y nuevos diseños, que aseguren la venta de sus productos para su satisfacción. Para lograr esto introduce cambios en las materias primas, diseños, en la forma y en el uso original de las artesanías. Lejos de desaparecer la actividad artesanal, ésta se adapta a las condiciones que le impone el mercado actual y a las necesidades que el artesano tiene y pretende satisfacer con la comercialización de sus productos (Turok, 2001).

Turok (2001), afirma que el artesano se convierte en maquilador de un producto que impacta el gusto de los consumidores, con lo cual no sólo rompe una costumbre artesanal, sino que satura el mercado con facilidad y convierte el producto en poco

comercial. Es aquí donde intervienen instituciones y asociaciones civiles, preocupadas por el rescate y desarrollo artesanal.

En referencia a los mercados de artesanías para la venta e intercambio de artículos y productos, no son ni extensos ni complejos (Turok, 2001). La extensión de los mercados tiende también a limitarse por las siguientes razones: Pequeña variedad de productos disponibles para la venta, ausencia relativa de una economía monetaria desarrollada (En algunas comunidades se utiliza aún el trueque) y dificultades de comunicación y transporte.

No obstante las funciones del mercado están adquiriendo importancia y merecen consideración especial y un estudio de las posibilidades de fomentar el comercio para dar al artesano la posibilidad de obtener productos básicos, que son importantes para la vida cotidiana y para mejorar su calidad de vida.

En varias regiones rurales del país, la intensificación de la producción artesanal para la comercialización ha venido a ser una opción económica para los campesinos. El trabajo artesanal en áreas rurales se ha considerado como una actividad complementaria a la agricultura, que al combinarse con ésta permite un ingreso y empleo más estable durante el año (Arias, 1992, Turok, 1988; Novelo, 1993, citados por Ramos, 1999).

En el mercado de los productos artesanales en México se han presentado dos cambios muy importantes. La caída de la demanda local y tradicional de productos utilitarios, que optó por productos industriales (Novelo, 1993, citada por Ramos, 1999), a la vez que surgió un mercado de compradores interesados en objetos de fabricación manual, decorativos, suntuosos o para turistas, que impulsaron su producción.

De acuerdo al Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), este se encarga de atender a los artesanos del país que, en general, se caracterizan por los bajos ingresos que perciben y la falta de mercados a través de los cuales puedan canalizar su producción. La compra de artesanías se realiza en operaciones directas y en firme con los artesanos. Las adquisiciones se hacen por medio de diversos mecanismos, como la compra en el centro de acopio mismo o a través de la concertación con artesanos, agrupaciones e instituciones homólogas dependientes de los gobiernos de los estados (<http://www.Sedesol.gob.mx/Fonart/Fonart4.htm>).

A diferencia de FONART, la Casa de Artesanías de los diferentes estados de México, se encargan de capacitar a los artesanos en los sistemas de producción (innovación), fomento de la producción artesanal, la búsqueda de nuevos mercados, apoyos crediticios, entre otros.

La participación de los grupos de artesanos y de sus representaciones con frecuencia resulta decisiva para la satisfacción de los pedidos por mayoreo y para lograr lo anterior se cuenta con cinco centros de acopio estratégicamente ubicados en las regiones donde existe mayor producción. La compra de artesanías durante el año de 1996 ascendió a 8.6 millones de pesos, beneficiando directamente a 15,502 artesanos de 24 estados de la República, pertenecientes a 23 grupos étnicos (<http://www.Sedesol.gob.mx/Fonart/Fonart4.htm>).

En las áreas rurales es esencial que conozcan las oportunidades existentes, así como los programas subsidiados de comercialización, si los hubiera. Son muy útiles las cooperativas de artesanos, a las que pequeños productores entregan sus mercancías para poder satisfacer grandes pedidos. No es suficiente que un grupo de artesanos gane acceso

a un mercado de exportación; el éxito completo significa que centenares de personas dependen ya para su subsistencia de la venta de las artesanías en cuestión, ya que su medio de vida desaparecería rápidamente si dichas artesanías dejaran de tener demanda, lo cual no es raro en el caprichoso mercado internacional; para evitarlo, hay que buscar continuamente nuevas aplicaciones y adaptaciones del producto y nuevas formas de llegar al mercado (Kerr K., 1990).

2.7.4. Contexto regional del mercado de artesanías

En Michoacán, los artesanos estaban organizados en gremios reglamentados por el Estado en el año de 1948. Había funcionarios reales que supervisaban las organizaciones de los carpinteros y ebanistas (templos, palacios y fortalezas, canoas, instrumentos musicales), reparadores de templos, cazadores, tejedores, curtidores, artesanos de cuero, y fabricantes de huaraches (Durstón J. 1976). En la actualidad en Michoacán los artesanos están organizados en grupos de hombres y mujeres reglamentados de forma independiente, cada grupo formula sus reglas de operación en el interior de la organización.

Todavía en 1948, el trueque era una costumbre entre los artesanos locales y las diferencias existentes en la agricultura debida al clima y a la topografía, sugieren que en la región central de Michoacán se efectuaba en forma considerable el intercambio de productos como forma de comercialización. Los puntos de venta eran los poblados más grandes, mediante los llamados “mercados periódicos de los tarascos”, que eran en días preestablecidos de la semana. Los mercaderes se sentaban en el suelo, exhibiendo sus mercancías sobre petates, y se consideraban de dos maneras los patrones del comercio regional, desde el punto de vista de los productos locales y su distribución, o desde el

punto de vista de los hábitos adquisitivos de los consumidores de la región y la forma en que les llegan los productos (Durston, 1976).

Con base en lo anterior el comercio de artesanías en la región se basa en la cercanía a las plazas de mercado más cercanas, conectadas por caminos reales en toda la región de Michoacán, y los espacios donde se desarrolla la producción artesanal (alfarería, textil, etc.). En este sentido la teoría que manejan los geógrafos sobre los sitios centrales, sirve de instrumento analítico para comprender la relación entre los puntos de venta de los diferentes productos.

Los bienes de consumo se distribuyen en diferentes territorios. Los consumidores rurales prefieren acortar la distancia que hay que recorrer para acudir al centro de mercado.

Las plazas de mercado cumplen una serie de funciones no económicas, como centros de contacto entre diferentes comunidades, información, vida social y esparcimiento. Cada plaza de mercado obtiene su concurrencia de un círculo de poblaciones vecinas, proveyéndoles un centro de encuentro e intercambio natural y un lazo de unión con la economía urbana (Nash, 1966 citado por Durston, 1976:30)

2.8. Comercialización

2.8.1. Comercialización

La comercialización de productos es un proceso que se inicia con la identificación de las demandas de los consumidores, diseña y produce los bienes para satisfacerlas y comprende todas las funciones y los agentes que las realizan para hacerlos llegar desde la organización hasta el consumidor final, cómo y cuándo éste lo requiere, implicando los

efectos de dichas funciones sobre productores, intermediarios y consumidores (García, 2003: 6).

2.8.2. Comercialización de la producción artesanal

Según la visión de la autora de la presente investigación, en las regiones rurales, con una baja escala en la producción de artesanías, la comercialización al menudeo la realizan las mujeres en los pueblos de la zona, así también a intermediarios, al consumidor final (turistas, coleccionistas), a personas que encargaron el producto artesanal, y en algunos casos no se comercializan ya que son para el autoconsumo. La manera de comercializar sus productos depende de las facilidades para desplazarse a otras regiones y de las relaciones sociales que van generando diversos canales de comercialización. La producción para la comercialización de artesanías, está en función de los ciclos de producción agrícola, los ciclos culturales y religiosos de sus principales puntos de venta, lo que nos lleva a crear un ciclo de producción artesanal que se va estableciendo estratégicamente en muchas comunidades de la región.

Para Hernández (2001), la distribución de las artesanías es tan variada como lo son las artesanías mismas. Para este autor la comercialización va desde la venta directa en los pueblos; donde una familia puede encargarse un delantal tradicional para regalar, por ejemplo, a una ahijada en su boda, hasta la venta en los mercados. Se observa que las artesanías tienen una gran variedad de formas de comercialización.

Para algunos productores de artesanías que a partir de la década de los noventa se nutrieron de ideas y sugerencias para mejorar su comercialización, donde la innovación en su producción, la marca o sello son importantes, generaron una nueva línea de producción que es demandada por los turistas, esto sin dejar de producir para el mercado

regional (pueblos indígenas). Las mercancías obtenidas son el resultado de la conjugación de técnicas manuales tradicionales y nuevos diseños que facilitan su comercialización y difusión debido a que son presentados en su carácter de productos artesanales de alta calidad, bajo la colorida gama de un surtido de prendas de vestir (Hernández, 2001); aunque esto no es una generalización en la región, ya que no todos tienen los mismos beneficios, acceso y visión para mejorar la comercialización de sus productos. Una buena parte de artesanos de la región han buscado apoyos de las instituciones dependientes de los gobiernos para mejorar su producción y tener mayores posibilidades de venta, desafortunadamente se han tenido malas experiencias con estas dependencias, por esta razón es necesario generar nuevas propuestas de comercialización.

Estas transformaciones en la producción para mejorar la comercialización han sido debidas a las demandas que los turistas ejercen sobre el mercado (Stephen, 1998, citada por Hernández, 2001) esta es la causa por la cual la manufactura se tiene que agilizar; aunque en algunos casos los artesanos son los que promueven algunas innovaciones que son aceptadas y difundidas por quienes consumen estas prendas, pero siempre entre la comunidad.

Como ya se menciono, el turista y el consumidor definen parte de la estética de los productos y catalogan a los mismos como tradicionales o auténticos; por esta razón, parte de los diseños de las mujeres artesanas que se ofertan en los mercados regionales y locales está relacionada con la vida cotidiana de las comunidades de la región, pero también a manifestaciones culturales asociadas a la cultura de los michoacanos, este es el caso de las danzas y de los trajes típicos.

Así es como inicia una época en la que la producción artesanal se orienta a nuevos consumidores, satisfaciendo nuevos gustos estéticos, sin dejar de producir lo tradicional que es consumido por los compradores que se identifican con la producción, que en su mayoría son pueblos indígenas de la región, que aún conservan su indumentaria tradicional. Éste es un fenómeno reciente por lo que todavía habrá que esperar nuevos cambios de forma y de fondo, que buscan mejorar el ingreso de los artesanos, tratando de mejorar las condiciones de vida de la familia campesina.

Con base en lo anterior es importante complementar la visión de lo que implica la comercialización de la producción campesina y artesanal, con los siguientes conceptos:

2.8.3. Canal de comercialización

De acuerdo con García (1990), el canal de comercialización o circuito de comercialización es el conjunto de agentes por los que pasa el producto, desde que sale de la explotación agrícola hasta que llega al consumidor final.

Se puede definir también como la vía, camino o etapas por las cuales pasa el producto desde la explotación agrícola hasta el consumidor final.

2.8.4. Segmento de Mercado

Es el proceso de dividir el mercado heterogéneo total de un producto en varios segmentos, cada uno de los cuales tiende a ser homogéneo en todos los aspectos importantes (Stanton, 1989).

2.8.5. Tipos de agentes en la comercialización.

En este apartado se mencionan los agentes de comercialización más comunes que intervienen en un proceso de comercialización.

Agente directo: es toda aquella persona natural o jurídica que llega a ser propietaria de la mercancía o que sin llegar a serlo desempeña en forma directa el servicio de compra venta, pudiendo desempeñar otros servicios de comercialización.

La participación de los diferentes agentes de comercialización en el proceso presenta características propias de cada región geográfica, variando según el tipo de producto.

De aquí se desprenden los diferentes tipos de agentes, los más representativos para nuestro objeto de estudio son los siguientes:

- a) Acaparador natural, este intermediario compra productos directamente a los agricultores; generalmente reúnen pequeños volúmenes y los transportan a los puntos de consumo o transportación más cercano (o lejano) según el coste de flete y el volumen transportado.
- b) Mayorista. Se trata de un agente que opera con grandes partidas de productos y tiene sus almacenes y a demás instalaciones localizados en las zonas de producción y adquiere los productos directamente del agricultor a través de otros intermediarios.
- c) Mayorista de destino. Es un agente que tiene sus instalaciones (almacenes) localizados en los centros de consumo, a los cuales abastece con los productos que recibe de las zonas de producción, mismo que vende a detallistas y a otros agentes.
- d) Minorista o detallista. Es un agente de comercialización que vende al menudeo, directamente al consumidor.

-
- e) *Agente directo*. Es toda persona natural que sin ser propietario de la mercancía y sin desempeñar un servicio de compraventa, lleva a cabo otros servicios.

2.9. Desarrollo rural y Género

El propósito de este apartado es presentar las relaciones que se establecen entre el desarrollo rural y el tema de género, que se concentra en una revisión paralela de la evolución de las políticas de desarrollo para los pequeños productores del campo y de planteamientos de los temas de mujer y género en los últimos 30 años.

Es necesario mencionar que el concepto de género y el análisis de género aplicado o relacionado al desarrollo rural, es importante para una mejor y más precisa comprensión de la lógica de producción –reproducción de las unidades familiares, sujetos por excelencia del desarrollo rural; esto, permite identificar de manera más precisa diversas alternativas más viables para dichas unidades, en función de la especificidad de interés y potencialidades de los sujetos que la integran.

Con base en lo anterior se desarrollan los siguientes conceptos que dan lugar al binomio Desarrollo Rural-Género.

2.9.1. Desarrollo rural sostenible

La comisión Brundtland, define al desarrollo sostenible como “el desarrollo que permite satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades” (Pomboza, 2006).

A partir de esta definición del desarrollo sostenible, se ha generado un intenso debate sobre aspectos conceptuales, como lo señalan Carabias y Provencio (1992), quienes mencionan que el desarrollo sostenible tiene tres aspectos centrales: 1) la

cobertura de necesidades básicas en la presente generación, 2) la capacidad de los sistemas naturales para lograrlo y 3) la cobertura de las necesidades de generaciones futuras.

El desarrollo sostenible es el proceso mediante el cual es posible cubrir de manera permanente las necesidades materiales y espirituales de todos los habitantes del planeta sin deteriorar, sino más bien mejorar, las condiciones sociales, ambientales y políticas que les dan sustento. Así, desde el punto de vista sociocultural tiene el objetivo de promover la diversidad y el pluralismo cultural y reducir las desigualdades entre y al interior de los países, regiones o comunidades (Maserá *et al.* 2005).

Como se podrá notar, para alcanzar el desarrollo sostenible se requiere trabajar en una serie de objetivos que van desde promover la diversidad cultural hasta la producción local de algún producto de acuerdo a las necesidades de la gente, sin que ello mengue las posibilidades ambientales, ecológicas y productivas para las siguientes generaciones (Pomboza, 2006).

En la misma tónica, el desarrollo local como es un concepto de amplio alcance que puede entenderse mejor como un proceso mediante el cual ciertas instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada para crear, reforzar o estabilizar actividades, usando de la mejor manera posible los recursos de territorio (Greffé, 1989, 1990, 1993; citado por UNESCO, 2002).

2.9.2. Teoría de género-Relaciones de género-División sexual del trabajo

En la época de los setentas del pasado siglo XX comienza a emerger un campo analítico referido a los procesos sociales en donde las mujeres campesinas participaban. Estos años representaron para los estudios feministas rurales fuertes intentos para romper las

posiciones teóricas del estudio del campesinado que privilegiaban el modelo de las clases sociales, en el que difícilmente cabía el análisis específico de las relaciones de género (Zapata, 2006). La teoría de género abarca los planteamientos teóricos, metodológicos, filosóficos, éticos y políticos necesarios para comprender el complejo de relaciones de poder que determina la desigualdad entre hombres y mujeres. Esta teoría permite visualizar a las sociedades y las culturas en su conjunto, y por lo tanto a todos los sujetos que intervenimos en sus procesos, hombres y mujeres” (Cazés, 1998: 21)

El género se define como la categoría correspondiente al orden sociocultural configurado sobre la base de la sexualidad. La sexualidad a su vez es definida y significada históricamente por el orden genético (Cazés, 1998: 31); además el género alude a un conjunto de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, sentimientos, valores, conductas y actividades que diferencian al hombre de la mujer mediante un proceso de construcción social; conlleva jerarquización y acceso a medios en forma diferenciada y finalmente genera privilegio, dominación masculina y subordinación femenina (Benería y Roldán, 1992, cita de Martínez y Mejía, 1997: 149)

El género es ante todo un principio de ordenamiento social que varía de cultura a cultura; ordena en el eje la sexualidad, la reproducción humana; la división social del trabajo y todas las relaciones sociales entre personas y grupos. Las relaciones de género están sometidas a procesos de transformación continuos, que siempre pueden ser marcados e influidos por los mismos sujetos participantes (Barberi, 1993, citada por Sabas, 2007).

El concepto de relaciones de género constituye el enfoque central de la teoría feminista (Gayle, 1997; cita de Zapata, 2006). Este concepto como categoría relacional

extiende el análisis más allá de categorías aislables “hombres o mujeres” hacia relaciones interconexas de conflicto, de poder y de jerarquía (Barbieri, 1993; citada por Zapata, 2006). Las relaciones de género se establecen en contextos específicos de cada sociedad y cultura, cambian en tiempo y espacio, se moldean según un amplio conjunto de categorías sociales, tales como la clase social, el grupo generacional, la opción sexual, la adscripción racial y étnica, el nivel educativo, el ciclo de vida de las familias y la coyuntura histórica, entre otras (Lamas, 2002, citada por Zapata, 2006).

Las relaciones de género son una categoría de análisis para distinguir el principio de desigualdad en distintas dimensiones y aspectos de la vida personal y colectiva de hombres y mujeres. Este enfoque sitúa a los individuos en todas las dimensiones, tanto en el plano individual como en el plano estructural, remarcando cómo se reproducen o transforman las desigualdades y contradicciones (Zapata, 2006).

Es así como la división sexual del trabajo refleja una construcción sociocultural impuesta a los géneros y los particulariza a partir de la división genérica de la sociedad, basada ésta en la diferencia biológica. Se caracteriza porque lleva en sí misma la opresión genérica, es decir, la desigualdad, la inequidad y la injusticia social (Cazés, 1998).

2.9.3. Empoderamiento

La participación de las mujeres en organizaciones está acotada por las relaciones de poder y por los sistemas de género. En diversos análisis se plantea que las mujeres se organizan principalmente para contrarrestar los efectos de la crisis económica en los hogares y comunidades, como una estrategia de sobrevivencia, ya que desempeñan un papel en la reproducción social, y su participación comunitaria responde a las necesidades prácticas de género (Sabas, 2007).

De tal forma, es necesario abordar el término de empoderamiento, desarrollado por Cazés (1998), como a continuación se describe:

- Es el proceso en el que los sujetos desposeídos, dependientes, interiorizados, discriminados, excluidos, marginados, oprimidos como las mujeres, adquieren, desarrollan, acumulan y ejercen habilidades, formas de expresión, destrezas, tecnologías y sabidurías de signo positivo, necesarias para generar o incrementar su autonomía y su independencia.
- A través de acciones de muy diversa índole, los sujetos oprimidos se empoderan, es decir, reúnen y practican poderes no opresivos de los que carecían, para reducir e ir eliminando las posibilidades de que sus opresores sigan controlando sus vidas, subordinándolos u oprimiéndolos.
- Se basa en la concepción del poder como atributo de las personas, de cada una de ellas y de los grupos sociales que han vivido sometidos al monopolio del dominio establecido y ejercido por otros grupos sociales cada vez más reducida.
- El poder, es el conjunto de poderes para vivir, desarrollarse y gozar del bienestar y del bienvivir. Se trata de acceder a una buena calidad de la vida sin dañar la vida de otras personas

El empoderamiento consiste en asumir el control sobre sus propias vidas para sentar sus propias agendas, organizarse para ayudarse unas a otras y elevar demandas de apoyo al Estado y de cambio a la sociedad; señala que para las feministas implica una alteración radical de aquellos procesos y estructuras que reproducen la subordinación genérica de las mujeres (Young, 1995; citada por Sabas, 2007).

Para cerrar el apartado de Desarrollo Rural y Género, podemos observar que el concepto de género, en el espacio rural, aborda las estrategias familiares de producción y reproducción, la división del trabajo y la complementariedad. En general, esta perspectiva se orienta a la preocupación por la situación de la mujer en las esferas productivas, las decisiones y responsabilidades, el bienestar familiar y el desarrollo rural, es decir que es necesario hacer visibles a las mujeres rurales.

CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO

Para desarrollar el trabajo de investigación fue necesario plantear y seguir una ruta de actividades para ir obteniendo la información deseada.

Inicialmente había contemplado una localidad indígena de Michoacán famosa por la actividad artesanal como medio de subsistencia, pero finalmente realice el trabajo de investigación en otra localidad, debido a que cumplía con mi expectativa de investigación (mujer indígena, actividad artesanal textil), razón por la cual descarte la localidad inicial, ya que el trabajo artesanal es desempeñado por los hombres y ese sujeto no era mi objetivo de estudio.

Después de haber determinado mi objeto de estudio, me contacte con un grupo organizado dentro de la localidad de San Pedro Zipiajo, a sabiendas por agentes externos al pueblo, de que eran mujeres indígenas, campesinas, organizadas, que hasta la fecha habían pasado la prueba del tiempo como grupo organizado. Lo anterior me motivo más a iniciar la investigación.

Después me contacte con la líder de la organización, y no hubo problemas para que iniciara mi investigación; el inicio del trabajo fue sencillo ya que, comparto la misma identidad con las artesanas, por lo tanto, comprendo la lógica de actividad artesanal dentro de la familia, debido a que provengo de una familia de agricultores-artesanos. Además el tema de la actividad artesanal literalmente me apasiona.

De tal manera logre determinar y relacionarme con mi universo de informantes clave: artesanas, informantes locales (jefe de tenencia, comisariado ejidal, maestros, etc.), organizaciones, dependencias gubernamentales, entre otros, haciendo uso de mi experiencia profesional y vivencial en la actividad artesanal, misma que considero una ventaja para desarrollar la presente investigación.

Es así como abrí paso a plantear una metodología de trabajo, que consistió en: La aplicación del método de análisis y síntesis y el Diagnostico Rural Participativo (DRP); además de la aplicación de entrevistas a las socias de la UMAZ de manera estrategia a sus principales líderes, a informantes clave dentro de la comunidad (Jefe de Tenencia, medico de la localidad, campesinos) y a representantes de instituciones de fomento artesanal, con la finalidad de ampliar el panorama de investigación y adicionalmente se incorporó la perspectiva de género al conjunto de la investigación.

La teoría y la práctica, se han conjuntado de esta forma, en el estudio de caso de la Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo. El DRP como metodología, facilita el proceso de participación de las mujeres en donde tienen la oportunidad de identificar y valorar el trabajo artesanal.

La entrevista fue de suma importancia como técnica de investigación dentro de la metodología del DRP, ya que la información obtenida arrojó datos cualitativos y cuantitativos.

Por lo tanto la investigación se complementó de la siguiente manera:

- a) La revisión bibliográfica entorno a la actividad artesanal de manera general hasta particularizar en una rama, con la finalidad de entender y comprender conceptos principalmente de artesanías, adicionalmente tener referencias de investigaciones existentes.
- b) Se iniciaron talleres participativos con base en la metodología del (DRP) con la Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo, con la finalidad de marcar el giro de la investigación, y de que la investigación fuera mas realista a un problema u oportunidad enmarcado por el mismo sujeto de investigación, acorde a sus

necesidades o potencialidades. Como resultado formule incógnitas que me guiaron para realizar la investigación: ¿Qué está pasando en la organización?, ¿Cómo trabajan en la producción?, ¿Cuál es su forma de organización y la comercialización en la actividad artesanal?. En el diagnóstico se encontró que la Unión está conformada por dos grupos de trabajo (textil y alfarero), situación que me llevó a decidir trabajar con dos ramas artesanales diferentes pero desempeñadas por una misma organización, además así tendría un punto de convergencia. Como resultado de los talleres se determinó con las artesanas que la investigación se centraría en la forma de organización, producción y comercialización de artesanías (textil y alfarero).

c) La investigación documental, se realizó en todo el proceso de la investigación, conforme lo demandara el trabajo. En específico se investigó lo siguiente: Un marco general de trabajos de investigación que involucraran a las artesanías y mejor aún de mujeres artesanas, después de tener el enfoque de estudio, se manejaron conceptos enfocados a la organización de mujeres artesanas, a la producción artesanal y finalmente el mercado de artesanías a nivel nacional y estatal, con la finalidad de crear un marco referencial para el proyecto de investigación. Esto ayudó a encarar la compleja realidad a estudiar y así fijar los límites del estudio, representados en los objetivos del trabajo, se identificaron los tipos de datos a recoger, y se seleccionaron algunos conceptos para interpretar lo que se recolecta en el campo.

d) Elaboración de instrumentos de recolección de información en campo: En esta etapa de la investigación, se diseñaron instrumentos apropiados para la

recolección de información en campo con base en los datos exploratorios, es necesario mencionar que se formularon después de varios talleres con algunas artesanas de la UMAZ, se optó por el diseño de una entrevista a profundidad a las artesanas de la Unión, y guías de entrevistas para informantes clave. Se aplicaron técnicas de investigación como la observación directa, guías de observación en la que se incluyen variables relacionadas con la temática, grabaciones de entrevistas, fichas de trabajo, las cuales fueron vaciadas y comentadas en la base de datos de Microsoft para un manejo eficiente. Paralelamente se realizó un registro fotográfico de las acciones que intervienen con la temática de estudio, principalmente en el proceso de producción artesanal (textil y alfarero).

- e) Como técnica de investigación se realizó un análisis DAFO con la finalidad de conocer fortalezas y amenazas, como las oportunidades y riesgos que ha tenido la organización a raíz del ambiente externo, como la apertura comercial, y las oportunidades que han aprovechado durante 25 años de trabajo. Esta herramienta es de planeación, que nos permite conocer la situación actual de la organización.
- f) En el trabajo de campo, se le dio continuidad a los talleres participativos, de acuerdo al plan de trabajo que se estructuró de manera detallada. Después de que se formularon los instrumentos de investigación para el levantamiento de la información en campo, se realizó un ejercicio piloto, para probarlos, evaluarlos y en su caso modificarlos y mejorarlos si es necesario, con el objetivo de obtener la información deseada.
- g) Aplicación definitiva a la UMAZ. En esta etapa fue necesario vivir en la comunidad hasta que concluyera la aplicación de entrevistas, esto me permitió

tener una visión más amplia de la investigación misma, ya que interactué en sus formas de vida, de organización para el trabajo en el interior de la familia, es decir de meter las manos en la “masa” para elaborar una artesanías, y de salir a buscar la materia prima para la elaboración de las artesanías (barro, leña) y ver que algunos recursos naturales se encuentra sobreexplotados, de sentir sus alegrías pero también sus tristezas, de acompañar a algunas artesanas a realizar trabajos agrícolas y reafirmar en carne propia lo que es ser mujer rural e indígena, pero también reconocer el maravilloso trabajo que la mujer es capaz de emprender pese a que no es reconocida en este mundo cambiante. En referencia a las entrevistas a otros informantes clave, se fueron aplicando a través del proceso de investigación.

- h) Después de obtener la información de campo pertinente, se procesó, sistematizó y analizó en el programa de Excel, para posteriormente presentar los resultados de manera ordenada en el trabajo de tesis. De manera paralela se redactó y corrigió el documento de tesis.

CAPITULO IV. CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO

En este apartado se describe la zona de estudio de la presente investigación, se inicia con la descripción del Estado de Michoacán, desde la óptica analítica que realiza la CDI de Michoacán, después se describe al municipio de Coeneo, y finalmente se describe San Pedro Zipiajo, lugar en donde se realizó la investigación de tesis; lo anterior es con la finalidad de presentar una radiografía de la zona de estudio.

4.1. Localización del Estado de Michoacán



El actual área *p'urhé* se extiende a lo largo de 6 000 km² de los 60 000 que tiene el Estado de Michoacán, en la región norcentral de la entidad. Esta área se ubica entre los 1600 y 2600 msnm y se le denomina *P'orhépecho* o *Purhépecherhu*, que significa "lugar donde viven los p'urhé". El área se ha subdividido tradicionalmente en cuatro regiones: *Japóndarhu* (lugar del lago), *Eráxamani* (Cañada de los once pueblos), *Juátarisi* (Meseta), la ciénega de Zacapu y antiguamente se agregaba otra región: *Jurhío* (lugar de la tierra caliente).

La población purhépecha se concentra sobre todo en 22 municipios: Coeneo, Charapan, Cherán, Chilchota, Erongarícuaro, Los Reyes, Nahuatzen, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Pátzcuaro, Periban, Quiroga, Tancítaro, Tangamandapio,

Tangancícuaro, Tingambato, Tinguindín, Tocuambo, Tzintzuntzan, Uruapan, Zacapu y Ziracuaretiro; sin embargo, los hablantes de la lengua p'urhé se distribuyen en 95 de los 113 municipios del estado.

Las localidades indígenas se caracterizan por tener un asentamiento de tipo compacto; hay municipios y poblados que tienen anexos, esto es, localidades periféricas con unas cuantas viviendas, por lo que en tal caso, se puede hablar de asentamientos mixtos. La población mestiza vive sobre todo en los centros urbanos que rodean el área

4.1.2. Infraestructura

El área *p'urhé* puede considerarse como relativamente bien dotada de vías de comunicación. Desde la década de los treinta funciona la carretera federal México-Morelia-Guadalajara y la estatal que une Carapan-Cherán-Paracho con Uruapan. Posteriormente se construyó la carretera Uruapan-Melchor Ocampo, hoy Lázaro Cárdenas, en la costa del Pacífico. Actualmente la mayoría de las localidades p'urhé están unidas por carreteras, caminos revestidos y brechas, a excepción del municipio de Charapan, cuyo acceso es deficiente. La población se transporta por estas vías a través de un diversificado sistema de autobuses, combis y taxis. También existen 170 km de vías férreas, en donde destaca la línea México-Apatzingán

En cuanto a aeropistas, tienen servicio permanente las de Uruapan, Los Reyes, Pátzcuaro, Zamora y Zacapu.

Con respecto a los servicios de salud, las poblaciones medianas y pequeñas del área cuentan generalmente con clínicas de la Secretaría de Salud o unidades médicas rurales del IMSS-Solidaridad.

4.1.3. Antecedentes históricos

El actual grupo p'urhépecha deriva de una mezcla de grupos chichimecas, nahuas y pretarascos que habitaron las riberas e islas del Lago de Pátzcuaro a finales del siglo XII. Los p'urhépecha-uanacaze establecieron su señorío en Tzintzuntzan, Ihuatzio y Pátzcuaro, desde donde empezaron a extender sus dominios a la región del río Balsas, Jalisco, Colima, Zacatula y Guanajuato; en el oriente se aliaron a los matlatzincas para pelear contra los mexicas.

Estos últimos pretendieron someterlos, por lo que se dieron grandes batallas desde mediados del siglo XV entre mexicas y p'urhépechas, a pesar de lo cual el área p'urhé nunca fue sometida al dominio mexica.

En cuanto a su cultura material este pueblo destacó por el empleo de instrumentos agrícolas de cobre, hecho excepcional en el área mesoamericana. Existía una estratificación social en cuya pirámide estaba el rey, cazonci o irécha, al que le seguían los señores, principales o acháecha y finalmente los sacerdotes. En la base de la pirámide se hallaban comunidades de campesinos y pescadores, artesanos y mercaderes.

De su vida ceremonial destacaba la fiesta equataconsquaro, dedicada al dios Curicaveri, la deidad más importante del panteón purhé, a quien honraban durante 20 días y cuya celebración reunía a todos los pobladores de la región. El último día culminaba

con la narración de la vida de sus antepasados que daba el sacerdote mayor a todos los señores y gente de la provincia.

Nuño de Guzmán inició la conquista de Michoacán en 1521, cuando gobernaba Tangaxoán II, sin que los p'urhé opusieran resistencia.

Durante el periodo colonial, la sociedad p'urhé sufrió grandes cambios, como por ejemplo, se interrumpió la interacción entre las tierras altas y las bajas; se introdujo una nueva tecnología agrícola y nuevas especies vegetales y animales; desaparecieron los oficios destinados a satisfacer la economía de prestigio del antiguo grupo gobernante como el arte plumario, el pulimento de piedras preciosas, la platería, etcétera, y se combatió a los especialistas de la medicina indígena. Las instituciones del dominio colonial como la encomienda, los pueblos realengos y el tributo se impusieron a los vencidos, además del aprovechamiento y expoliación de los recursos naturales de las tierras indígenas; se introdujo el cultivo extensivo de la caña de azúcar en las tierras bajas, se trajo gran cantidad de mano de obra esclava para la explotación de las minas; se reordenó geopolíticamente el territorio y se reformularon las comunidades agrarias.

El siglo XIX estuvo marcado por la reordenación de la tenencia de la tierra. La población indígena de la zona de la Cañada, la región lacustre y el contorno sur del área p'urhé sufrieron procesos de despojo desde los años setenta, que se vieron acompañados de alzamientos campesinos.

El periodo revolucionario estuvo marcado en la región por las continuas incursiones de combatientes de diversos signos que amenazaban a las poblaciones y

cuyos habitantes estaban en constante movilización de los pueblos a los cerros y viceversa. Localmente se configuraron los bandos de los "agraristas" (revolucionarios y anticlericales), contra los "conservadores" (católicos y antirrevolucionarios). La figura local más importante de este periodo fue la del coronel Casimiro López Leco, oriundo de Cherán y organizador de grupos fijos y móviles de autodefensa armada.

Ya en la década de los veinte del presente siglo, destaca la lucha de Primo Tapia, líder p'urhépecha que encabeza un movimiento agrarista con la formación de la Liga de Comunidades Agrarias de Michoacán y posteriormente la Liga de Comunidades y Sindicatos Agraristas en el Estado de Michoacán, que permitió a las comunidades la recuperación de tierras.

En la moderna sociedad p'urhé prevalecen las estructuras y formas de organización de la época prehispánica que han sido refuncionalizadas continuamente en etapas posteriores. Entre estas estructuras se encuentra la Guatápera prehispánica, foco de organización de las mayordomías, además del hospital colonial, los barrios, las cofradías y una gran cantidad de funcionarios y cargos específicos.

4.1.4. Lengua

El idioma p'urhé no tiene parentesco lingüístico cercano con ninguna de las lenguas originales que se hablan en México. Se reconocen tres variantes dialectales: la de la región lacustre, central y serrana.

En el registro de los censos se puede apreciar la sensible disminución de los hablantes de la lengua p'urhé a lo largo del tiempo; sin embargo, a partir de 1980 ha dado

inicio un movimiento de apoyo a través de la Academia de la lengua purhé y el trabajo del Centro de Investigaciones de la Cultura p'urhépecha, para el fortalecimiento de esta lengua con el establecimiento de su abecedario.

4.1.5. Salud

La salud es considerada por los p'urhépechas como un resultado de la armonía con la naturaleza y del cumplimiento de las normas comunitarias y familiares.

En relación con la medicina tradicional encontramos diversas especialidades entre los terapeutas, la mayoría de los cuales son mujeres mayores de 55 años y entre quienes encontramos: curanderos (tsinájpír, xurhríjki, eshperi), parteras (pikurpiri), sobadoras (parhíjpír), brujos (síkuame), hueseros (sesi atsintani unicha, juturuntani uní), hierberas (uitsákua mítiasti, uitákua jamantspini) y finalmente los molleros (Ukata)

Las principales causas de demanda de atención de la población en materia de salud son: la rinofaringitis, gastroenteritis y padecimientos osteomusculares.

4.1.6. Vivienda

Las viviendas tradicionales pueden ser de adobe o de madera. Las casas de adobe se construyen en las regiones del Lago y la Cañada y hacia Los Reyes y Tingüindín, mientras que las de madera se hacen fundamentalmente en la sierra, aunque cada vez más se sustituyen ambas por construcciones con materiales modernos: tabique, tabicón, techo colado, láminas de asbesto, cartón o zinc.

La construcción generalmente es de planta cuadrada, con techo de cuatro aguas, tapanco y puertas de golpe. Además de habitación, la vivienda es utilizada como taller artesanal y bodega de productos agrícolas. Al construirse una casa nueva, se ponen anillos y aretes usados en las cuatro esquinas de las habitaciones. Al terminar la construcción, se sacrifica un chivo y se cuelga de las vigas que forman el triángulo principal de la casa. Por fuera se coloca una cruz.

4.1.7. Territorio, ecología y reproducción social

El área p'urhépecha presenta un relieve muy accidentado, producto de su origen volcánico que se remonta al Terciario o Cuaternario, cuando se presentó una gran actividad magmática que derramó grandes cantidades de lava.

Los suelos de la meseta son muy porosos y aun con la presencia de lluvias torrenciales de entre 1 260 y 1 500 mm de precipitación media anual, el agua es absorbida rápidamente formándose corrientes subterráneas que se vierten en tres ríos: el Cupatitzio, que nace en Uruapan, el Duero que nace en Carapan y el Chivo que nace al oeste y otro que nunca aflora pero que posiblemente alimenta al Lago de Pátzcuaro.

La mayor parte del área, particularmente la meseta, presenta climas templados subhúmedos con lluvias en verano. En la parte sur de la región se presentan tres subtipos: el templado húmedo, el semicálido húmedo y el semifrío subhúmedo, todos con abundantes lluvias en verano. En la Cañada, al norte de la región, encontramos clima semicálido subhúmedo con lluvias en verano.

En cuanto a la vegetación, encontramos serranías meridionales con presencia de pinos y encinos y la altiplanicie o bajío con una vegetación dominante de matorral xerófilo, siendo frecuentes también los pastizales y el bosque espinoso con presencia de acacias. En la región del lago encontramos dos tipos de ecosistemas: terrestres y acuáticos.

La fauna es de afinidad neártica, en la que encontramos venado cola blanca, puma americano, coyotes, ardillas, tuzas, tejones, zorrillos, entre otros; entre las aves una gran cantidad de especies de chupamirtos, cuervos, pájaros bandera, tordos y zanates, entre las acuáticas: patos, jacanas, garzas y otras; la herpetofauna está presente con varios géneros y entre la fauna acuática la más importante son los peces blancos, sardinas, charales, trucha y carpas.

La economía del pueblo p'urhé ha estado sustentada en actividades primarias tales como la agricultura, la pesca, la recolección y la cacería. En el sector secundario son importantes la producción de artesanías y el comercio. Mención especial merece el intercambio entre la tierra fría y la tierra caliente de la costa, de las materias primas fundamentales.

Las unidades familiares realizan una gran cantidad de actividades para la reproducción social y la obtención de ingresos, por ejemplo, un autor señala como actividades distintivas la agricultura, el tejido de tule, la pesca, el comercio, el trabajo asalariado en la agricultura o la producción artesanal de madera y la migración temporal.

Actualmente las familias p'urhé practican una economía ya muy diversificada en relación con la introducción en la región de relaciones mercantiles y de apertura del área al turismo nacional e internacional. A la agricultura, la pesca, la caza, la explotación forestal, las artesanías y el comercio, debemos agregar la ganadería iniciada hacia el siglo XVI y la incipiente industria textil, forestal y de carne vacuna cuyos comienzos se remontan hacia finales del siglo XIX, así como al procesamiento de carne de pescado y textiles iniciado hacia la década de los setenta del siglo XX.

Después de 1940 es notable el incremento de la migración de la población p'urhé hacia Estados Unidos; en algunas comunidades la población migrante asciende al 25% o 35%. Estos trabajadores migrantes contribuyen económicamente de manera importante en la realización de obras públicas en sus comunidades de origen.

4.1.8. Organización social

Es frecuente entre los p'urhé la organización familiar extensa. Generalmente la vivienda se adecua a este tipo de organización, pues se construyen varias unidades de habitaciones que comparten un mismo patio y un mismo solar.

Regularmente la pareja va a vivir a la casa de los padres del esposo. Al interior de la familia la herencia es repartida entre todos los hijos de manera igualitaria, aunque es usual que las mujeres vendan su parte a sus hermanos, puesto que irán a vivir a casa de los suegros.

Las comunidades están divididas en barrios, cada uno de los cuales es precedido por un santo patrono. Los barrios tienen funciones administrativas y ceremoniales.

Los cargos tradicionales son de carácter civil y religioso y su número varía de comunidad a comunidad; en Angahuan, por ejemplo hay 20 cargos, de los cuales los de regidor, alcalde y prioste son obligatorios. El espacio de organización de estos cargos es la Guatápera.

También existen autoridades oficiales, entre quienes destacan el jefe municipal de tenencia, los jueces, el representante de bienes comunales, el consejo de vigilancia y el juez del registro civil, entre otros.

4.1.9.Fiestas

De acuerdo con datos proporcionados por un censo levantado por una institución estatal, en Michoacán había 520 danzas y otras 156 en desuso.

Las danzas del ciclo de la cosecha (otoño-invierno) son las de los Viejitos, los Huacaleros, los Jóvenes y los Negritos, además de Dos bailadores, la danza del Pescado (en la región del Lago) y las de Pastores y Vaqueras. El ciclo se cierra con las danzas del carnaval.

Las danzas del ciclo primavera-verano comienzan con el Corpus, donde los gremios bailan y se hace una gran fiesta para todo el pueblo. Se trata de la gran fiesta del trabajo, pues en ella destaca el gremio preponderante de cada comunidad. En la sierra es importante el oficio de panadero; en las poblaciones del Lago, el gremio de los pescadores sobresale en la fastuosidad de la fiesta; los agricultores, que toman parte en la fiesta de todas las comunidades, tienen también un espacio de representación en esta fiesta.

4.1.10. Relaciones con otros pueblos

Recientemente se ha dado un fuerte proceso de autoafirmación étnica entre los p'urhé, visible a través de publicaciones, discos, programas de radio, estructuración de organizaciones y demandas que reivindican el idioma, la historia y la tierra. Los p'urhé se saben descendientes de un gran pueblo que rivalizó militarmente con el imperio mexica, y frente al mestizo, se saben poseedores de atributos originales y superiores.

Cuando se refieren en español al mestizo, lo reconocen como gente criolla, mestiza o gente de razón, pero en su propio idioma utilizan términos como: ch'kata eska o "el que mira con el color de la mugre" (se refiere a los ojos verdes de los extranjeros que se parecen al color de las aguas estancadas); turisi, de donde se deriva turisi uangási o persona medio loca; tamanda arájchaluni, o el que viene de fuera, cruzando los montes y brincando los troncos.

4.2. Localización del Municipio de Coeneo

El municipio de Coeneo, se localiza al norte del estado, en las coordenadas 19°48' de latitud norte y 101°35' de longitud oeste, a una altura de 2,040 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con los municipios de Huaniqueo y Jiménez, al este con Morelia, al sur con Quiroga y Erongarícuaro y al oeste con Zacapu. Su distancia a la capital del Estado es de 80 kms. (<http://www.municipiosmich.gob.mx/coeneo/index.php>)

El municipio de Coeneo (016), esta integrado por 34 comunidades, según el censo de población y vivienda del año 2000, cuenta con una población de 23,221 habitantes, de los cuales 10,378 son hombres y 12,843 son mujeres.

El Consejo Nacional de Población, indican que es un municipio de mediana marginación, además de que presenta un alto grado de migración; alrededor del 70% de los habitantes, en edad productiva, emigran a los Estados Unidos de Norte América.

4.2.1. Extensión: Su superficie es de 393.16 kms² y representa el 0.66 por ciento de la superficie del estado.

4.2.2. Orografía: Sistema volcánico transversal, al que corresponden la sierra de Comanja, pico el Tzirate; cerros: Catayo, del Ermitaño y el Pelón. Valles intermontanos.

4.2.3. Hidrografía: La constituye el río de la Patera; presa de Tunguitiro y Pretoria; lago Bellas Fuentes; manantiales de Quencio, Cortijo Viejo, San Pedro Puruatiro; arroyos Tzirate y de los Muertos.

4.2.4. Clima: El clima es templado con lluvias en verano (Cw). Tiene una precipitación pluvial anual de 791.4 milímetros y temperaturas que oscilan de 4.8° a 26.2° centígrados.

4.2.5. Suelo: Vertisol, histosol, andosol, acrisol, luvisol, litosol y planosol. Los suelos del municipio datan de los periodos cenozoico, terciario, cuaternario y plioceno; corresponden principalmente a los del tipo de pradera y de montaña. Su uso es primordialmente agrícola y en menor proporción ganadera y forestal.

4.2.6. Vegetación: bosque mixto de encino, pino, aile, y madroño.

4.2.7. Fauna: liebre, conejo, ardilla, venado, coyote, zorra y tlacuache.

4.2.8. Agricultura: se cultiva lenteja, maíz, garbanzo, frijol, haba y trigo; se utilizan maquinaria y fertilizantes, además del control de plagas en tierras de temporal y de riesgo.

4.2.9. Ganadería: extensiva con ganado vacuno, caballar, caprino y porcino.

4.2.10. Recursos forestales: se explotan el pino encino y madroño.

4.2.11. Vías de comunicación: lo atraviesa la carretera de Quiroga a Zacapu, tiene tramos de carretera pavimentada que unen a los pueblos de Santiago Azajo, Comanja, Pretoria, Coeneo de la Libertad, San Isidro y Bellas Fuentes; tiene carreteras revestidas hacia los pueblos de Matugeo, Benito Juárez, Cótiro, La Cañada, Zipiajo y El Cobreiro, y caminos de terracería cercanos a los pueblos Quencio, San Pedro Tácaro, Agua Caliente, Emiliano Zapata y Cortijo Nuevo, así como Santiago; vías de ferrocarril cercanas a Santiago Azajo.

4.2.12. Perfil socio-demográfico

4.2.12.1. Grupos étnicos: El Censo General de Población y Vivienda 1990, señala la existencia de 4139 habitantes hablantes alguna lengua indígena (purépecha), de los cuales 2035 son hombres y 2104 mujeres.

4.2.12.2. Evolución demográfica: En el municipio de Coeneo en 1990 la población representaba el 0.78 por ciento del total del estado. Para 1995 se tenía una población de 24,748 habitantes, su tasa de crecimiento es del -2.15 por ciento anual (la tasa de crecimiento negativa, se debe a factores como la emigración al interior y exterior del país principalmente) El número de mujeres es relativamente mayor al de hombres.

4.2.13. Infraestructura social y de comunicaciones

4.2.14. Educación: Cuenta con los niveles de: preescolar, primaria, secundaria, telesecundaria y Bachillerato.

4.2.15. Salud: La demanda de servicios médicos de la población del municipio, es atendida por organismos oficiales y privados en el medio rural y urbano.

4.2.16. Vivienda: Para 1992, se encontraban edificadas 4,117 viviendas, la mayoría son propias, de tipo fijo; los materiales utilizados, principalmente para su construcción, son piedra, tabique, varilla, grava, arena, cemento, maderas, teja y lámina.

4.2.17. Vías de Comunicación: Al municipio lo comunica la Autopista de Occidente México-Guadalajara entronque Huaniqueo-Coeneo, también por la carretera Morelia-Quiroga entronque Comanja-Coeneo.

Cuenta con ferrocarril Irapuato-Pénjamo, además de transporte foráneo y local. Asimismo cuenta con carreteras y caminos hacia las comunidades. Tiene servicio telefónico domiciliario, caseta telefónica pública y cobertura de servicio celular; oficina de correos.

4.3. Análisis de la localidad de San Pedro Zipiajo

La comunidad de Zipiajo se localiza en el paralelo 20° y el meridiano 102°. Al suroeste colinda con la ciudad de Morelia, capital de Michoacán, y al sureste con Zacapu, sitios a los cuales acuden los zipiajeños buscando servicios de escuelas, bancos, veterinarias,

hospitales, farmacias, etc. Se ubica a 5 kilómetros de la cabecera municipal que es Coeneo.

En términos jurídico administrativo, San Pedro Zipiajo depende de la cabecera municipal de Coeneo. Las autoridades de la población se dividen en dos grupos: el jefe de tenencia y su comité, encargados de la administración de los recursos que les envía la cabecera municipal de Coeneo, de guardar el orden público, y de representar a la comunidad ante las autoridades de Coeneo y ante sus pueblos vecinos. El comisariado ejidal y su comité, responsables de la explotación de la tierra ejidal, comunal y privada. El jefe de tenencia y el comisariado ejidal son elegidos cada tres años.

Zipiajo tiene aproximadamente 2181 habitantes², esta rodeado de colinas, se observa un deterioro de los recursos naturales, particularmente del bosque y el suelo.

El asentamiento humano está organizado por barrios, que ya no desempeñan funciones tan importantes como antaño, y sin embargo la gente del pueblo todavía los toma como referencia para ubicar a ciertas familias, para la organización de fiestas religiosas, para faenas agrícolas y comunitarias.

Las actividades económicas giran en torno a las actividades agrícolas, la migración nacional e internacional, el comercio, la actividad artesanal, entre otros.

La religión en la población ocupa un lugar importante entre los habitantes, hombres y mujeres pueden adquirir un gran prestigio adquiriendo un cargo religioso (cargueros). Las fechas importantes son la fiesta del santo patrón San Pedro, que se celebra el 29 junio, la del Santo Niño, que se celebra el lunes anterior al Miércoles de Ceniza, la de San José el 3 de mayo, la de San José, el 19 de marzo, el 15 de agosto de la

² El dato de la población no es absolutamente exacto, ya que el recuento excluye a migrantes. El censo de la escuela registró 2300 habitantes en el 2007.

Virgen de la Asunción, Semana Santa, la del Cristo de Maravillas y el Santo Entierro; todas fortalecen la red de relaciones, la identidad de los individuos en su comunidad, y el prestigio social con los cargos.

Los habitantes de Zipiajo, como muchos otros pobladores de la región, han sufrido los efectos de la globalización, ya que recurren a distintas actividades económicas simultáneamente, donde obtienen un complemento adicional a su ingreso; ellos han tenido que abandonar sus tierras por los elevados costes de producción y la situación de la economía en referencia al sector agropecuario.

El bajo nivel de bienestar con el que cuentan los pobladores de Zipiajo hace necesaria la búsqueda de alternativas de trabajo en otras regiones de Michoacán, en otros estados de la República o en el extranjero, para la obtención de ingresos adicionales, ya que la agricultura de la población se caracteriza por ser de temporal y de bajos rendimientos por unidad de superficie; los principales cultivos son: maíz, frijol, calabaza y otros que se están dejando de cultivar como la lenteja, janamargo, haba y trigo.

El dialecto en Zipiajo es el purhépecha, los niños, jóvenes y adultos lo hablan; en referencia a la ocupación por ramas, la artesanía es la principal actividad de la población, la agricultura ha perdido importancia, aunque esto es debido a que los lugareños dejan sus parcelas en renta, u otro trato con algunos pobladores, es aquí donde se emplean los jornaleros.

4.3.1. Servicios públicos en la localidad.

Los medios de comunicación, servicios básicos y equipamiento urbano con que la cabecera municipal ha beneficiado a la comunidad de residencia del grupo son:

1. Energía eléctrica.

-
2. Caseta telefónica.
 3. Carretera con acceso al municipio de Coeneo, Comanja, y el Cobrero.
 4. Agua potable, con una cuota de recuperación de 20 pesos mensuales
 5. Alumbrado público.
 6. Educación preescolar, primaria y secundaria
 7. Centro de Salud
 8. Canchas deportivas de básquetbol, Casa Ejidal y Jefatura de Tenencia

4.3.2. Organización social de San Pedro Zipiajo

Las organizaciones y grupos activos que se han identificado en la comunidad de Zipiajo son:

- Grupo de comuneros (representados por el jefe de tenencia y su comité)
- Grupo de ejidatarios (representado por el comisariado ejidal y su comité)
- Artesanas (3 grupos identificados)
- Comité de agua potable
- Servicio de salud (comités de salud y oportunidades, promotores sociales voluntarios rurales, asistentes rurales de salud)
- Grupo “Ricardo Flores Magón” (agrupación política campesina)
- Iglesia (grupos religiosos, acción católica, liturgias, grupo de peregrinas de Guadalupe, grupo de cargueros para las fiestas patronales y catequistas)
- Escuelas : Kinder, primaria, y secundaria (comités de madres de familia de la escuela)
- Equipos de deportistas en las ramas femenil y varonil (futbol y basquet)

4.3.3. Características de los sistemas de abasto.

Para los cultivos de maíz y frijol se emplean escasos insumos (fertilizantes) y cuando se adquieren los compran en la cabecera municipal de Coeneo; la semilla requerida para las siembras del maíz, frijol, calabaza, lenteja, haba, janamargo, entre

otros, la obtienen de su propia cosecha y de no contar con ésta se compra a los mismos pobladores de Zipiajo. Las herramientas para trabajar la tierra las compran en los mercados municipales de Coeneo o Zacapu. El alimento para los animales de traspatio lo obtienen de sus cosechas.

Los insumos que se requieren para la producción de artesanías textiles los obtienen de Cherán, Zacapu, Coeneo y de la localidad de Zipiajo, para el caso de la alfarería la materia prima se obtiene de Naranjo, Coeneo, el Cobrero y de la comunidad de Zipiajo.

4.3.4. Uso de algunos recursos naturales

La localidad de San Pedro Zipiajo cuenta con un pozo de agua para uso doméstico que abastece a la población cada tercer día por medio de una bomba, lo cual no es suficiente para satisfacer las necesidades básicas.

La obtención de leña es una actividad que se tiene que avisar, en algunas ocasiones, a los dueños de bosque si es propiedad privada o a la cabecera municipal si es comunal.

Para tener acceso a usufructuar la tierra comunal, se tiene que solicitar permiso a la Presidencia Municipal, para el caso de la tierra ejidal el comisariado ejidal y su comité en conjunto con todos los ejidatarios son los que deciden la forma de trabajar la tierra y los demás recursos.

En la historia de la localidad el uso del suelo ha venido cambiando conforme crece la población, se han incrementando los asentamientos humanos, ha disminuido la flora e indirectamente la fauna. Para el caso de los terrenos arcillosos (charanda o barro)

éstos son utilizados para la elaboración de enseres de barro, cabe mencionar que este recurso se ha venido sobreexplotando sin un control de manejo adecuado.

La flora es un recurso que se ha estado perdiendo por el desenvolvimiento económico de la comunidad, como consecuencia de la necesidad de explotar la tierra (cultivos y ganadería) y de la tala inmoderada de árboles para leña. Actualmente se tienen menos lugares para extraer leña y el recurso como fuente de combustible, se encuentra en una situación crítica.

Como resultados de la tala de árboles se han generado cambios en el clima, suelos y fauna, y a la vez las interacciones del medio se han visto afectadas reduciendo las especies de animales. Los animales presentes en esta localidad y sus alrededores son: conejos, ardillas, tejones, tusas, serpientes, zorros, armadillos, aves, entre otros.

CAPITULO V. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LAS ARTESANAS: RAMA TEXTIL Y ALFARERÍA

En este capítulo se presenta el perfil socioeconómico de las artesanas de la UMAZ, específicamente: Datos demográficos; información de escolaridad y capacitación en el trabajo artesanal de las artesanas; y organización del trabajo de las alfareras en la unidad doméstica

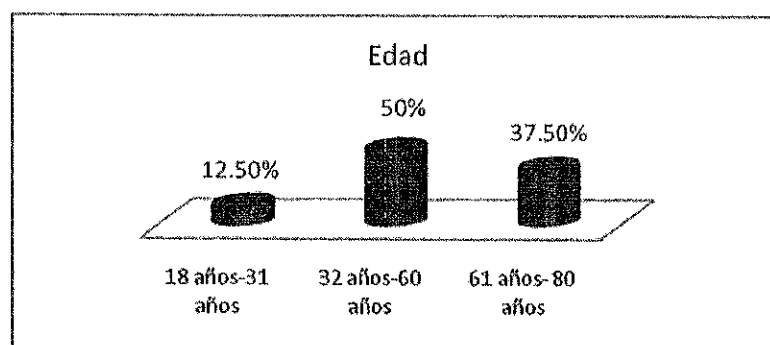
5. 1. Perfil de las artesanas de la rama de alfarería

5.1.1. Aspectos demográficos

Edad

Se entrevistaron a 16 artesanas del grupo de alfareras Tzirate pertenecientes a la Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo (UMAZ). El porcentaje según las edades de estas alfareras es el siguiente: 12.5% se ubica en un rango de 18 a 31 años, el 50% van de los 32 a 60 años, y en el 37.5% de estas artesanas sus edades oscilan de los 61 a los 80 años (Ver gráfica 1).

Gráfica 1. Edad de las mujeres alfareras

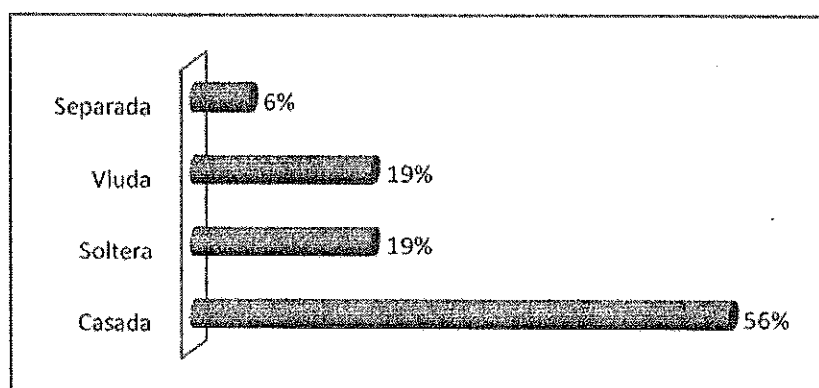


Fuente: Investigación propia, 2008

La gráfica anterior indica que en el grupo Tzirate, predominan las mujeres de mayor experiencia y mejor productividad en la actividad alfarera. En este grupo prácticamente no hay artesanas menores de edad; ante este hecho algunas instituciones de fomento artesanal han impulsado la participación de niñas y niños en la actividad alfarera.

Estado Civil

Gráfica 2. Estado civil



Fuente: Investigación propia, 2008

En la gráfica anterior se observa que la UMAZ esta compuesta por mujeres separadas, viudas, solteras y casadas, estas ultimas tienen el mayor porcentaje puesto que sus requerimientos económicos en el hogar son mayores.

La lengua materna del total de las artesanas entrevistadas es el purhépecha; el 81% son bilingües y el 19% comprenden el español pero no lo hablan.

El 75% de las artesanas tienen hijos y el 25% no tienen hijos, y el promedio de hijos de las madres alfareras es de 3 a 4 hijos.

Vivienda

El 88% de las artesanas tienen casa propia y el 13% restante viven con algún familiar. El material de construcción de la casa es moderno (56%), material tradicional (31%), y combinación de ambos (13%).

Servicios y bienes domésticos (alfarería)

Los servicios y bienes con los que cuentan las artesanas son los siguientes:

Tabla 3. Servicios y bienes domésticos

	% artesanas que cuentan con el bien/servicio	% artesanas que no cuentan con el bien/servicio
Sanitario/letrina	100%	--
Fogón	100%	--
Plancha	75%	25%
Estufa de gas	81%	12%
Agua potable	100%	--
Luz eléctrica	100%	--
Radio/modular	88%	12%
Refrigerador	25%	75%
TV	88%	12%
Maquina de coser	31%	69%

Fuente: Investigación propia, 2008

Respecto al cuadro anterior, se observa que, de forma generalizada, las alfareras cuentan con bienes y servicios básicos y otros que les generan un bienestar adicional.

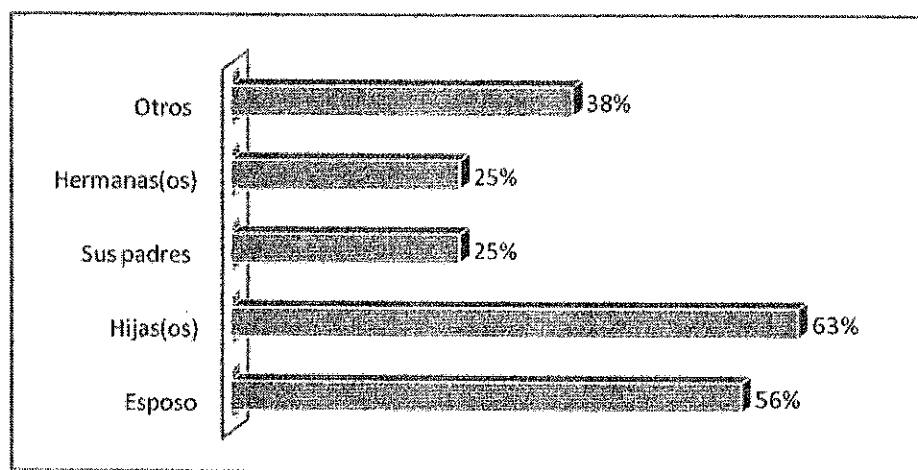
Es necesario mencionar que el 31% de las alfareras han recibido un financiamiento para la compra de una máquina de coser, aunque este apoyo fue destinado

exclusivamente a las artesanas del ramo de textiles; lo anterior ha generado discordia entre las artesanas ya que, los beneficios no se han distribuido de forma adecuada.

Familia

En la vivienda de las artesanas cohabitan las siguientes personas: el cónyuge, hijo(a), los padres de la artesana, hermano(a), entre otros. Lo anterior varía dependiendo de la edad y del estado civil de la artesana. La gráfica siguiente presenta el porcentaje de las personas que habitan en la vivienda.

Gráfica 3. Personas que cohabitan en la casa de la artesana



Fuente: Investigación propia, 2008

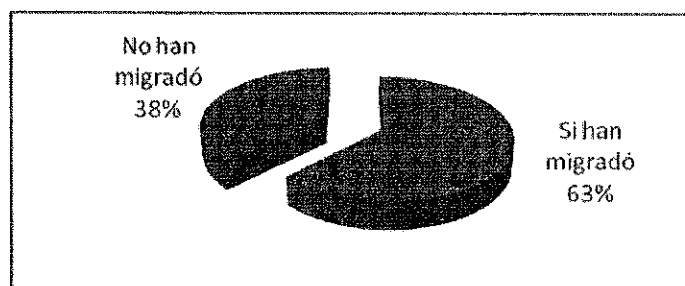
Ingreso

Los ingresos en el grupo Tzirate se componen de uno hasta cinco fuentes: envíos o remesas del exterior, apoyos gubernamentales, ingreso por la venta de artesanías y su fuerza de trabajo, entre otros.

Para el 38% de las artesanas alfareras, las remesas del extranjero representan una fuente de ingreso; todas las artesanas cuentan con apoyos gubernamentales (Oportunidades y apoyo a personas de la tercera edad) y obtienen ingresos por la venta de sus artesanías, en el 63 % las alfareras han vendido su fuerza de trabajo y en el 6% de las artesanas, obtienen ingresos de otros rubros (venta de tortillas, venta de animales de traspatio, entre otros).

Migración

Gráfica 4. Artesanas que han migrado



Fuente: Investigación propia, 2008

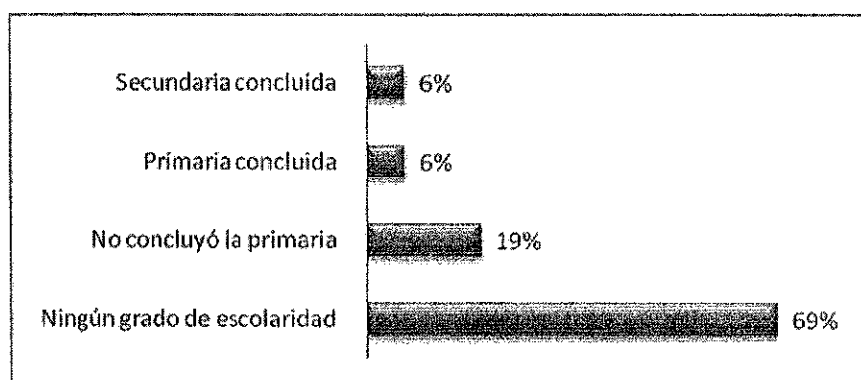
En referencia a la gráfica anterior, el 62% de las artesanas entrevistadas han migrado y el 38% no. Referente al destino de la migración de las artesanas, éste es variado y combinable, dependiendo de las preferencias y posibilidades de las alfareras; el 90% de las alfareras ha migrado a nivel municipal y de retorno, en su mayoría a los municipios de Coeneo y Huaniqueo, en temporadas de corte de lenteja; el 30% de las artesanas ha optado por migrar a nivel municipal y nacional, por ejemplo al estado de Sinaloa, al corte de jitomate; y el 20% ha migrado a nivel internacional a Estados Unidos, en donde ha realizado trabajos domésticos y de la construcción.

Los datos anteriores muestran que las actividades que las artesanas realizan, como migrantes, giran entorno al trabajo agrícola, al trabajo doméstico, entre otros.

5.1.2. Escolaridad y capacitación en el trabajo artesanal

Escolaridad

Gráfica 5. Escolaridad de las artesanas



Fuente: Investigación propia, 2008

De las artesanas entrevistadas el 6% no concluyó la secundaria, el 6% concluyó la secundaria, el 19% no concluyó la primaria, y el 69% no tiene grado de escolaridad, argumentando que no asistieron la escuela por la situación económica que se tenía en su familia, por su condición de mujer y por las preferencias personales de trabajar con el barro. Una artesana cuenta su experiencia:

“Yo empecé a trabajar con el barro desde chiquitita, primero mi abuelita me ponía a amasar el barro, y después ya me enseñó a hacer comales chiquitos; a mí me gustaba tanto porque empecé a hacer mis propios juguetes y cuando estaba en la escuela sólo pensaba en qué juguete me iba a hacer, por eso yo preferí no ir a la escuela, es que a mí no me gustaba, porque yo era feliz trabajando con el barro, aunque mis abuelitos me mandaban a la escuela yo me escapaba con una amiguita que tenía [risas]” (Artesana entrevistada, 2008).

La significación del oficio artesanal y capacitación artesanal de las alfareras.

En este apartado se desarrollan puntos referentes a la capacitación artesanal, se inicia con una pregunta dirigida a las mujeres alfareras ¿Qué es ser artesana?, a lo que respondieron:

- *Dios me dio la gracia, es un orgullo algo que me gusta realizar, mi imaginación y habilidad las pongo en práctica*
- *Es un conocimiento que nos dejaron las abuelas, donde podemos ganar dinero y valernos por nosotras sin necesidad de pedirle al hombre, ójala todas dijeran que es un buen trabajo, yo sé que si se gana mucho dinero.*
- *Es un trabajo muy alegre que me gusta mucho, porque mis manos crean cosas bonitas y útiles.*
- *Una actividad que me hace sentir que sé hacer algo bueno que otros no saben hacer, una maestra.*
- *Significa mucho, sé hacer lo que los antepasados hacían, porque mi abuelita me enseñó y a ella su abuelita.*
- *Es un trabajo que me ha ayudado a mantener a mis hijos, además se trabaja dentro de la casa y así no me pega el sol.*
- *Es algo que me hace sentir bien, porque sé que tengo un oficio*

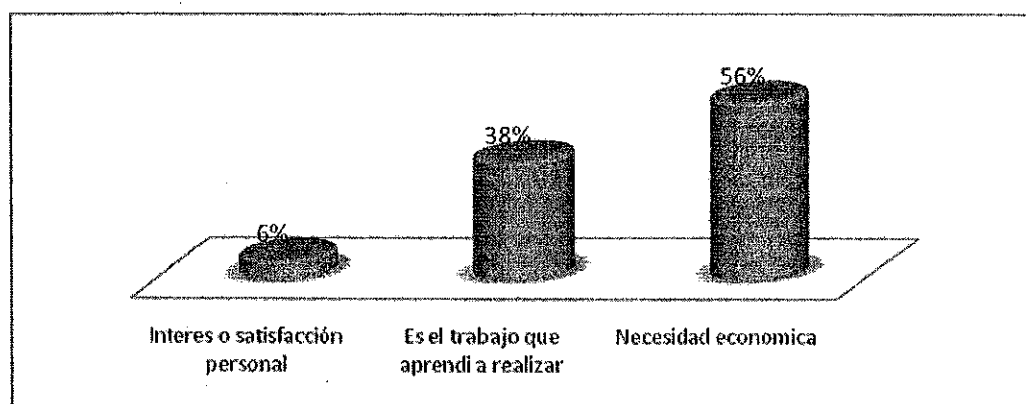
Hablar de artesana es incursionar en un complejo ámbito de formas de vida con cultura y tradición propias, que orillan a mezclar tiempo y situaciones en que se les ha ubicado, como parte de la identidad nacional, como simbolo de atraso social, como actividad económica de relativa importancia, entre otros.

Cuando se hace referencia a las artesanías se asume que se trata de producción manual que mediante sus formas y diseños capta la esencia cultural de los pueblos de México.(López, 2003).

La autora citada en el párrafo anterior, considera que artesana es aquella persona cuyas habilidades naturales o dominio técnico de un oficio, con capacidades innatas o conocimientos prácticos o teóricos, elaboran bienes u objetos de artesanía.

La siguiente gráfica muestra la razón por la que el grupo entrevistado se han dedicado a la actividad artesanal.

Gráfica 6. Elección de la actividad artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

De las alfareras entrevistadas el 6% realiza la actividad artesanal por interés personal o para su propia satisfacción, el 38% respondió que realizan esta actividad porque es lo que han aprendido a través de los años, dentro del núcleo familiar, y el 56% por necesidad económica, que representa a más de la mitad de las artesanas; este porcentaje es debido a que la mayoría de las alfareras, a diferencia de las artesanas de textiles, son casadas y con

múltiples necesidades que se generan en la unidad doméstica. Adicionalmente tienen la necesidad de apoyar a su cónyuge en el gasto familiar, ya que sus ingresos son limitados.

Se han identificado dos etapas de iniciación en la producción artesanal: cuando son menores de edad (69%) y cuando son mayores de edad (31%). En la primera etapa empiezan a laborar en dicha actividad artesanal en algunas fases del proceso de producción principalmente en el amasado.

En la segunda etapa, las artesanas han tenido que incursionar en su oficio debido a las necesidades económicas que se van presentando en la unidad familiar, y a medida que esta crece, se incrementa la necesidad de obtener algún ingreso que apoye a los que obtiene su cónyuge; y en los casos en donde la artesana es el único sostén económico de su familia, la actividad artesanal se vuelve principal.

El medio de aprendizaje del oficio artesanal, dentro del grupo de alfareras, se ha desarrollado de tres formas:

- a) En un 81% por el conocimiento que un familiar le ha transmitido. Es común que en la unidad doméstica, las artesanas aprendan el oficio con la persona de más experiencia en esa actividad, generalmente es la abuela o madre.
- b) En un 13% por una amiga o vecina. Es frecuente que las artesanas que no tienen un familiar que se dedique a la alfarería aprendan el oficio por alguna amiga o vecina, que las animan a que trabajen y de esta forma puedan obtener algún ingreso económico.

-
- c) El restante 6% de las artesanas han aprendido su oficio con un capacitador institucional (CDI, Casa de las Artesanías de Michoacán, entre otros).

Los modelos o diseños elaborados (ollas, comales y cajetes³) son la herencia de sus ancestros, la innovación que se pueda reflejar en los enseres de barro son producto de la imaginación de las artesanas y en otros casos por el influjo de los capacitadores institucionales.

Las alfareras consideran que la actividad artesanal es un trabajo que ha mejorado su condición de vida, al apoyar económicamente al gasto familiar, ya que los recursos económicos que el cónyuge aporta no son suficientes para satisfacer las necesidades familiares.

Del total de artesanas que tienen hijas el 92% desea que estas continúen con el trabajo artesanal y preserven el conocimiento que ha pasado de generación a generación, y el 8% no desean que continúen con este trabajo, porque desean que sus hijas estudien.

En la comunidad, las actividades de las mujeres que generan un ingreso para la familia, son limitadas; las alfareras identificaron las siguientes: la engorda y venta de animales de traspatio, la venta de comida, la venta de leña, la venta de la fuerza de trabajo, la venta de tortillas, atender una tienda de hilos, la actividad artesanal, entre otras.

Las alfareras casadas consideran que la participación de las mujeres en la actividad artesanal es importante para mejorar las condiciones de vida de su familia, dado que es necesario trabajar para obtener un ingreso adicional, ya que en la comunidad no

³ Producto tradicional de los Purhepechas, en forma de plato, utilizado para el consumo de sus alimentos.

hay trabajo para sus cónyuges y es necesario complementar el ingreso familiar; en el caso de las mujeres solteras, ellas consideran que obtener un ingreso satisface sus necesidades individuales y familiares; para las mujeres separadas el ingreso derivado de la actividad artesanal es el único sustento familiar.

El destino de los ingresos obtenidos por la venta de artesanías se distribuye de la siguiente forma: apoyos a los gastos familiares (100%), el 88% distribuye el ingreso para gastos personales y 56% reinvierte para la producción artesanal.

5.1.3. Organización del trabajo de las alfareras en la unidad doméstica

La producción artesanal se realiza en el ámbito familiar, donde colaboran de dos a tres mujeres: madres-hijas, suegras-nueras, entre hermanas o de forma individual, con poca o nula participación del hombre, quienes forman parte de un grupo doméstico y de la misma UMAZ.

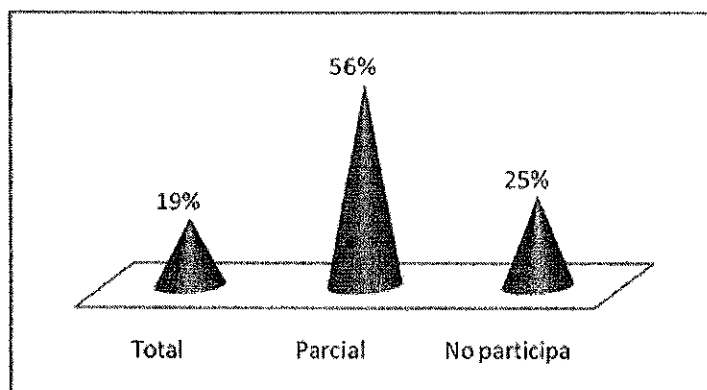
Los miembros de las familias de las artesanas no tienen un empleo fijo, ya que la mayoría se enfocan al trabajo agrícola; para tal caso se tiene que el 94% de las familias de las alfareras cuentan con tierras de cultivos, en tanto que el restante 6% no cuentan con ellas. Se observa que existe un porcentaje elevado de artesanas que cuentan con tierras de cultivo, además es conveniente mencionar que las tierras son de buena calidad para la producción agrícola, esto genera un ingreso más en la unidad familiar, ya que se cultivan productos que son tradicionales en la dieta de las familias de las artesanas.

Entre los cultivos principales que se establecen en las parcelas están el maíz, el frijol y la calabaza (asociados); en menor proporción se cultiva trigo, avena, haba, lenteja, y janamargo.

A nivel individual, las alfareras participan en diferentes grados en la producción agrícola:

- a) El 19% de las alfareras ha participado en todo el proceso de producción agrícola,
- b) el 56% participa de manera parcial en alguna fase del proceso productivo agrícola,
- c) y el 25% no participan en las actividades agrícolas de la familia, ya que se encuentran inmersas en las actividades artesanales y del hogar, entre otras (Ver gráfica 7).

Gráfica 7. Grados de participación en la producción agrícola



Fuente: Investigación propia, 2008

En referencia a la propiedad de la tierra, el 88% de las artesanas son propietarias de terrenos cultivables y el 12% no cuentan con tierras de cultivo. En referencia a la tenencia de la tierra de las artesanas, el 25% cuenta con tierras ejidales, y el 75% está en el marco de la pequeña propiedad privada.

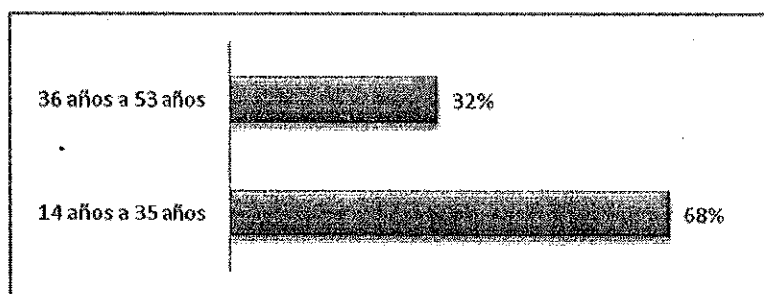
5.2. Artesanas de la rama textil

5.2.1. Aspectos demográficos

Edad

Se entrevistaron a 28 artesanas del grupo textil. El 32% de las artesanas se encuentran en un rango de edad de 36 años a 53 años, el 68% se encuentra en el rango de edad de 14 a 35 años. El promedio de edad de las artesanas que son parte del grupo, es de 32 años.

Gráfica 8. Rango de edad de las artesanas del grupo textil



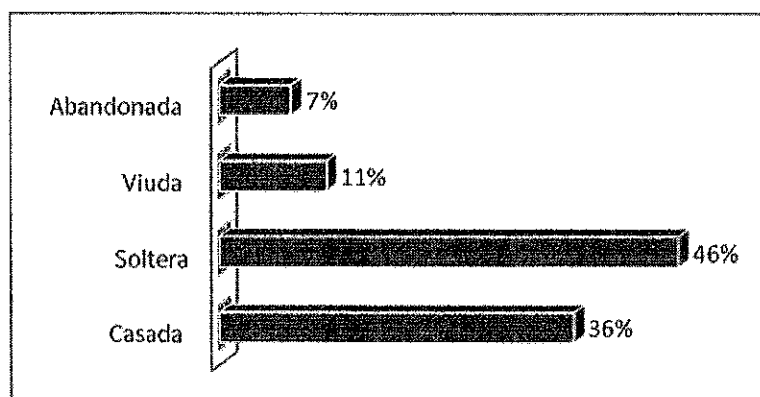
Fuente: Investigación propia, 2008

En adición, en la gráfica anterior se observa que los rangos de edad son más cortos en comparación con el grupo de alfareras, en este grupo incluso encontramos artesanas menores de edad, ya que en la localidad de Zipiajo, la actividad textil es la más practicada por las jovencitas.

Estado Civil

La siguiente gráfica presenta el estado civil de las artesanas del grupo textil

Gráfica 9. Estado civil



Fuente: Investigación propia, 2008

La gráfica anterior indica que, el 7% de las artesanas del grupo Tzirikuti son abandonadas, el 11% son viudas, el 46% son solteras y el 36% son casadas. En el grupo podemos ver que, a diferencia de las alfareras, este grupo, en su mayoría son solteras, y mayormente jóvenes.

La lengua materna de las entrevistadas es el purhépecha en un 93% y el español en un 7%. El 86% de las artesanas es bilingüe y el 14% comprende el español pero no lo habla. El 54% de las artesanas tiene hijos y el 46% no los tienen, el promedio de hijos de las artesanas es de dos hijos.

Adicionalmente se puede afirmar que existe cierta relación entre la edad de las artesanas y su condición civil, ya que a las artesanas solteras se les facilita participar libremente, además disponen de más tiempo para esta actividad, porque no tienen entre otras las presiones económicas, que viven las artesanas casadas, además podemos ver que la mayoría de las artesanas del grupo textil son jóvenes, por lo que tienen mayor destreza para realizar la actividad artesanal.

Vivienda

El 50% de las artesanas tienen casa propia, el 4% vive en una casa prestada, el 4% vive con sus suegros, y el 43% vive con un familiar, este porcentaje representa a las artesanas solteras que aún viven con sus padres o tutores. El material de la casa de algunas artesanas es moderno, el de otras tradicional, y en algunos más combinación de ambos.

Servicios y bienes domésticos (textil)

Los servicios y bienes con los que cuentan las artesanas son los siguientes:

Tabla 4. Servicios y bienes domésticos

	% artesanas que cuentan con el bien/servicio	% artesanas que no cuentan con el bien/servicio
Sanitario	96%	4%
Fogón	89%	11%
Plancha	32%	68%
Estufa de gas	93%	7%
Agua potable	96%	4%
Luz eléctrica	86%	14%
Radio	46%	54%
Refrigerador	93%	7%
TV	64%	36%
Maquina de coser	57%	43%

Fuente: Investigación propia, 2008

La tabla anterior muestra los bienes y servicios con los que cuentan las artesanas, en donde podemos observar que existen diferencias marcadas con respecto al grupo de

alfareras, esto en referencia a los bienes exclusivos de cocina y comedor (estufa y refrigerador) mostrando una condición económica aparentemente mejor.

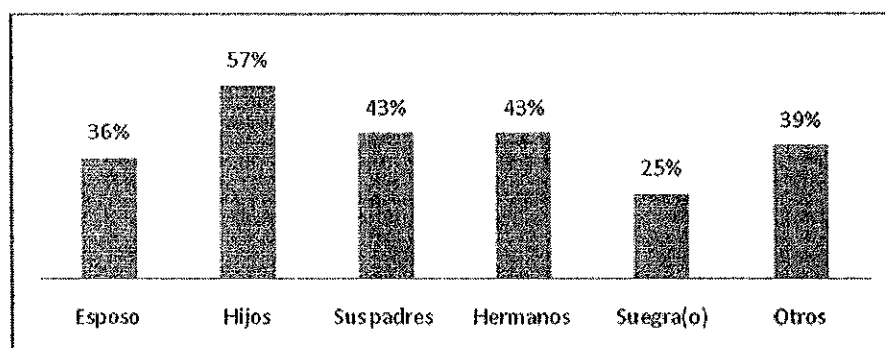
Un dato importante en esta tabla es la posesión de la máquina de coser, ya que 57% de las artesanas cuenta con este aparato, el cual fue adquirido mediante un financiamiento exclusivo para las artesanas de textil, otorgado por la Coordinación de Desarrollo Rural del municipio de Coeneo, Michoacán, el 43% de las artesanas no recibió tal financiamiento; este porcentaje es elevado y se debe a que el apoyo no se distribuyó de forma adecuada, pues algunas alfareras no recibieron este recurso que les estaba destinado.

Algunas alfareras justifican que, el apoyo no se le otorgo al resto de las artesanas de textil, debido a que no se habían capacitado en la elaboración de nuevos diseños, entre otras razones.

Familia

En el interior de la vivienda de la familia de las artesanas de textil, generalmente cohabitan otras personas distintas a la familia nuclear, para el caso de las alfareras se tienen los siguientes resultados:

Gráfica 10. Personas que viven en la casa de la artesana del grupo de textil



Fuente: Investigación propia, 2008

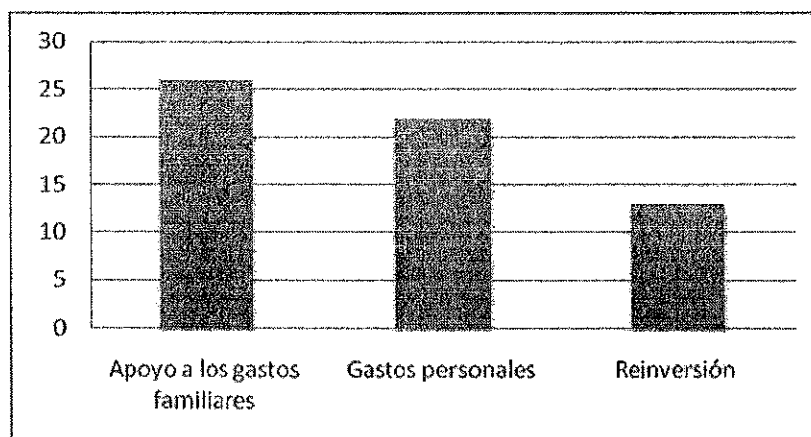
La gráfica anterior indica que en la casa cohabitan: el 36% con los cónyuges, el 57% con los hijos, el 43% con los padres de las artesanas, el 25% con los suegros, y el 39% con otros.

Ingreso

El ingreso de las artesanas de textil, en cuanto a sus fuentes, se compone de manera homóloga al grupo de alfareras: envíos del exterior, apoyos gubernamentales, venta de artesanías, venta de la fuerza de trabajo de manera temporal tanto dentro del municipio como fuera de él en temporadas de corte de lenteja, entre otros.

En lo referente al destino de los ingresos que se obtienen de la actividad artesanal, se presenta la siguiente gráfica, que muestra los diferentes destinos que las artesanas realizan para el manejo de los sus ingresos provenientes de la venta de sus productos.

Gráfica 11. Destino de los ingresos de la producción artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

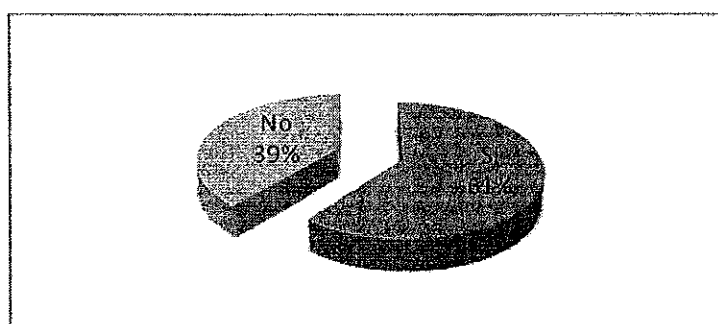
En esta misma tónica tenemos que de los ingresos obtenidos de la actividad artesanal

- Veintiséis artesanas destinan su ingreso al apoyo de los gastos familiares, pese a que en este grupo son mayormente solteras, éstas se responsabilizan de las necesidades de la familia.
- Veintidós artesanas adicionalmente destina el ingreso a sus gastos personales, indicando que la condición civil de solteras les permite pensar en sus necesidades,
- Trece artesanas destinan los ingresos para reinvertir en la producción artesanal, cabe mencionar que el número es relativamente bajo, son pocas las de este oficio que tienen en cuenta reinvertir, a pesar de existir un apoyo específico para el abastecimiento de materia prima. En muchos casos, esto se debe a las múltiples necesidades que se tienen en el interior de la familia nuclear.

Migración

El gráfico siguiente muestra los diferentes porcentajes de migración que son frecuentes en el interior del grupo de artesanas de textil.

Gráfica 12. Artesanas que han migrado



Fuente: Investigación propia, 2008

El gráfico anterior indica que el 61% de las artesanas entrevistadas ha migrado y el 39% no lo ha hecho.

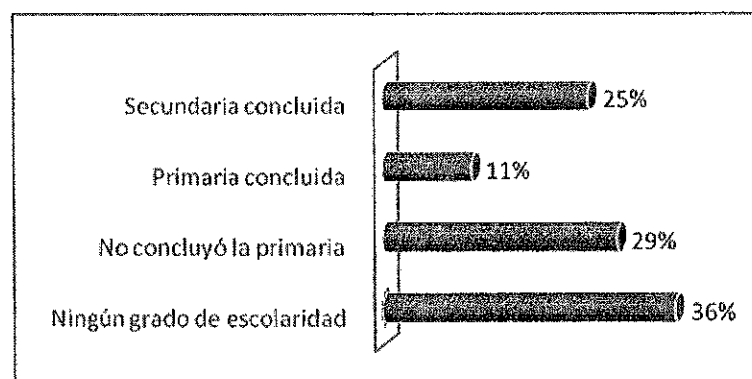
En relación al destino de la migración de las artesanas, el 65% ha migrado a nivel municipal a municipios vecinos en temporadas de corte de lenteja; el 6% ha migrado a nivel nacional al Estado de México, el 29% ha migrado a nivel municipal y nacional a los estados de Sinaloa, Jalisco, Estado de México y al D.F.

Las actividades que las artesanas del grupo de textil han realizado como migrantes, giran entorno a las actividades agrícolas en un 94% y el 6% realiza otras. De forma análoga a las artesanas del grupo de alfarería.

5.2.2. Escolaridad y capacitación artesanal

Escolaridad

Gráfica 13. Escolaridad de las artesanas



Fuente: Investigación propia, 2008

De acuerdo a los datos de la gráfica podemos observar que en comparación con los datos obtenidos de la entrevista a las alfareras, los porcentajes de las mujeres con escolaridad son mayores, así como los grados de escolaridad a los que han accedido.

La capacitación artesanal de las mujeres del grupo textil

Para el caso de la artesanía textil, el producto que las artesanas elaboraban antes de organizarse, era el tradicional “mandil” o “delantal” bordado con el ancestral punto de cruz, prenda muy importante en el atuendo de la mujer purhépecha, los diseños son variados, generalmente cada año se sacan nuevos diseños para que sean lucidos en las fiestas patronales de la población, o para el uso diario.

Es por esta razón que en el grupo de textil el mandil no ha dejado de producirse; posteriormente las artesanas han ido innovando y diversificando la producción, siendo el grupo de textil en el que más cambios tangibles se tienen en cuanto a la producción. Los

capacitadores institucionales han tenido un papel muy importante para las artesanas, ya que con su participación se han desarrollado nuevos diseños acordes a los gustos y preferencias de los compradores externos o personas que no comparten la misma identidad que las artesanas.

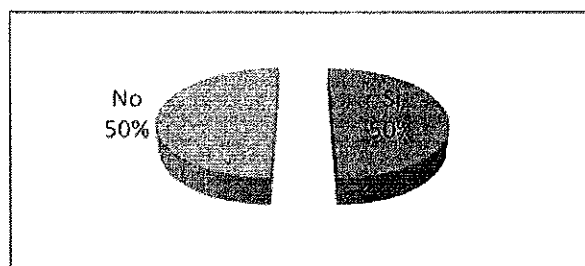
En la actualidad los diseños son variados (VER ANEXO I y II) y los modelos o diseños se sacan de muestrarios, de modelos que se acostumbran intercambiar en calidad de préstamo entre artesanas, entre otros.

Actualmente la organización cuenta con un catálogo de diseños que se ha trabajado con instituciones de fomento artesanal, mismo que ha generado discordia entre las artesanas, ya que no todas cuentan con éste. Las líderes de la organización afirman que no se distribuye a todas las artesanas por las siguientes razones: algunas artesanas no se han capacitado, apenas han ingresado al grupo y por temor a que los diseños sean distribuidos fuera de la organización.

La situación anterior genera discordia entre las artesanas, esto se debe a que no existen lineamientos establecidos bajo consenso grupal y los beneficios se concentran en algunas artesanas principalmente familiares de las líderes de la organización.

La siguiente gráfica presenta los porcentajes correspondientes a la capacitación de las artesanas del grupo de textil.

Gráfica 14. Capacitación en la actividad artesanal

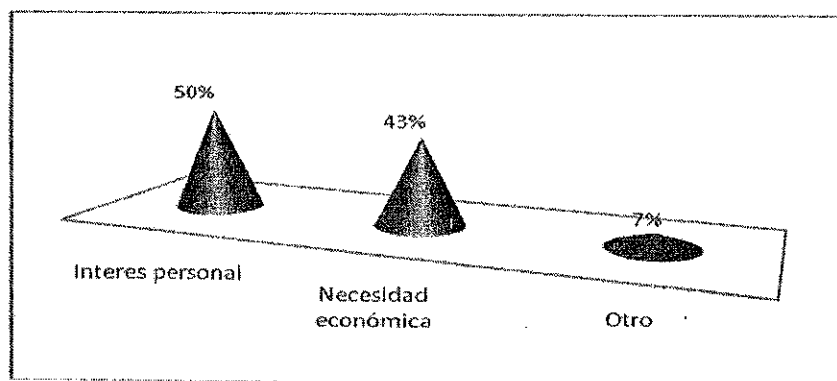


Fuente: Investigación propia, 2008

En cuanto a la capacitación de las artesanas se observa que para innovar su producción 50% se han preparado y el resto no lo ha hecho; es común que las artesanas de la UMAZ, realicen diversas actividades en el interior del núcleo familiar, mismas que limitan el tiempo para capacitarse. Hay casos de artesanas en donde la madre e hijas principalmente, se encuentran en el grupo, para tal caso, la hija es la que generalmente se capacita, reduciendo el número de artesanas con capacidades para producir nuevos diseños.

En referencia a los motivos que han impulsado a las artesanas a dedicarse a esta actividad se presenta la siguiente gráfica:

Gráfica 15. Motivos de elección de la actividad artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

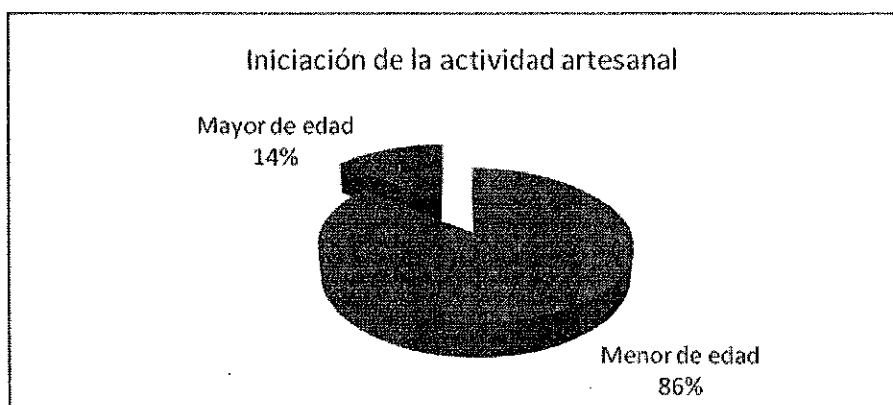
De las artesanas entrevistadas el 50% ha elegido la actividad artesanal por interés personal, afirmando que es una actividad que les gusta y desean aprender a realizar nuevos diseños; el 43% ha elegido esta actividad por necesidad económica, además de estar interesadas en los apoyos institucionales para ayudar al sostenimiento de la familia o solventar gastos personales, el 7% ha elegido esta actividad por otros motivos. A diferencia del grupo de alfareras, estas artesanas han ingresado al grupo por interés personal, debido a que muchas de ellas aún viven bajo la tutela de sus padres por ser solteras, y en muchos casos no se encuentran bajo las presiones económicas que tienen las mujeres casadas y con hijos.

Para algunas artesanas solteras, la actividad artesanal textil les significa una forma de salir de la casa y convivir con las amigas o familiares, para otras es una forma de sentirse independientes económicamente. Para verificar lo anterior una artesana de 32 años y soltera, externa su sentir:

“Me gusta mucho el bordado, es algo bonito [emoción], además es una actividad en la que puedo salir de mi casa, y mientras bordo, platico con mis amigas, y ahora que estoy en el grupo me gustan las actividades que realizamos, por ejemplo el concurso, porque bailamos y viene gente de fuera (risas), y estoy aprendiendo mucho porque ya se hacer otros diseños, porque aquí solamente hacíamos mandiles y pues eso sólo los compran los que son como nosotras”

En referencia a la etapa de iniciación en la actividad artesanal, es interesante observar que las artesanas empezaron a trabajar en el textil cuando eran menores de edad (86%), y mayores de edad en un 14%; la edad mínima de aprendizaje es de 11 años y la edad máxima es de 23 años (Ver gráfica 16).

Gráfica 16. Iniciación de la actividad artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

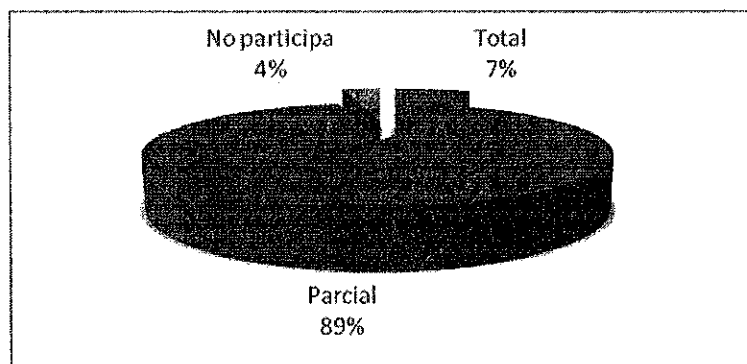
La actividad artesanal es aprendida de manera general con un familiar (64%), con amigas o vecinas (32%), y con capacitadores institucionales (4%)

5.2.3. Organización del trabajo en la unidad doméstica

Como ya se mencionó en párrafos anteriores, las actividades de las familias de las artesanas son propias de la unidad doméstica rural, giran entorno a la producción agrícola; para esta actividad, el 75% de las familias cuentan con tierras de cultivo, el 25% no cuentan con ellas. Los principales cultivos que se establecen en las parcelas son el maíz, frijol, calabaza, lenteja, janamargo y haba.

A nivel individual, las artesanas, con su fuerza de trabajo apoyan, en diferentes grados, a su familia, en la producción agrícola: el 7% participa en todo el proceso de producción, el 89% participa de forma parcial en alguna fase del proceso productivo y el 4% no participa en las actividades agrícolas familiares (ver gráfica 17).

Gráfica 17. Participación en la producción agrícola



Fuente: Investigación propia, 2008

En referencia a la propiedad de la tierra, el 32% de las artesanas son propietarias de terrenos cultivables, el 46% no son propietarias, pero tienen acceso a las tierras, y el 21% no cuenta con tierras de cultivo. La tenencia de la tierra se enmarca en la pequeña propiedad mayormente y ejidal en proporciones menores.

CAPITULO VI. ORGANIZACIÓN DE LAS ARTESANAS DE ZIPIAJO: EL CASO DE LA UMAZ.

6.1. Antecedentes de la organización

La UMAZ, tiene su antecedente en una organización formada hace 25 años por Juan Ceja, una persona externa a la comunidad.

“Juan Ceja es de nuestra misma gente, él se anunció en el tocadiscos⁴ del pueblo, dijo que traía apoyos para las artesanías que trabajaban el barro y que nos juntáramos en la plaza del pueblo todas las que quisiéramos trabajar, mi mamá es la que me dijo que fuéramos a asomarnos a la plaza, ya ahí nos anotaron en una lista las que aceptamos, y él fue quien decidió que se tenía que nombrar una presidenta, una secretaria y una tesorera, y a mí me eligieron desde un inicio porque era soltera. En un inicio el grupo se formó por más de 70 artesanías, también llegaron artesanos por el apoyo que nos ofrecieron, a los 4 años empezaron a salirse algunas artesanías, por inconformidades y conflictos del grupo” (Líder de la organización, entrevista aplicada el 4 de noviembre del 2007).

Nos encontramos con dos grupos de mujeres artesanas: Tzirate para las artesanas de alfarería y Tzirikuti para las artesanas de textil que, en su conjunto, se denomina Unión de Mujeres Artesanas de Zipiajo (UMAZ), formadas por el impulso de un agente externo a la localidad de Zipiajo.

La UMAZ, pertenece a uno de los pueblos michoacanos con un alto grado de marginación, generalmente a esa actividad se dedican tanto las madres como las hijas, como forma de subsistencia y única alternativa de trabajo.

Las artesanas de la UMAZ iniciaron su organización en 1983, con el propósito de trabajar de manera conjunta y así poder acceder a los diferentes apoyos que las instituciones gubernamentales brindan a las personas que se dedican a las actividades

⁴ En los pueblos es el sistema de altavoces instalado en la plaza de la localidad.

artesanales. En el año de 1983 el grupo recibió apoyo en materia prima para la alfarería bruñida; posteriormente el apoyo se extendió hacia la artesanía textil, este grupo se formó derivándose del grupo de alfarería.

En la actualidad la organización está integrada por 44 artesanas de las ramas de alfarería y textil, que trabajan con un sistema de organización informal, o propios de las costumbres existentes en el pueblo y bajo las condiciones de la unidad familiar o doméstica. La organización, en conjunto con sus grupos de trabajo, tiene interacción con dependencias de gobierno, y otros organismos e instituciones como: la Iglesia católica, partidos políticos, la Coordinación del Desarrollo Rural Municipal de Coeneo, el Centro de Salud de Zipiajo, FOMICH (Fondo Mixto para el Fomento Industrial de Michoacán), CDI (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas), Casa de las Artesanías de Michoacán, FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías), Secretaría de Culturas Populares del Estado de Michoacán, entre otros.

Para la mayoría de las artesanas, la pertenencia al grupo garantiza la obtención de un préstamo otorgado por la CDI, y el acceso al punto de venta en los mercados regionales, principalmente en la feria de Uruapan el domingo de ramos en el mes de marzo y en Pátzcuaro en el mes de noviembre, estos lugares son puntos de afluencia de turistas e indígenas purhépechas, además es posible vender ocasionalmente parte de sus productos a la Casa de las Artesanías de Michoacán y al FONART, entre otras instituciones.

6.2. Estructura organizativa de la UMAZ

Desde la fundación del grupo, la presidenta ha sido la Sra. Elvia Silva Bartola, una artesana reconocida en la comunidad y en el exterior por su forma de trabajar, reconocida por sus compañeras como una líder capaz y con poder de negociación.

En cada uno de los grupos (textil y alfarero), la estructura organizativa de trabajo está delimitada de la manera siguiente:

- Una presidenta, encargada de salir a los talleres (organizados por la CDI, y Casa de las Artesanías del estado de Michoacán, entre otras instituciones), llevar los proyectos a las dependencias, informar a las artesanas qué apoyos se pueden conseguir y buscar dónde se pueden obtener éstos.
- Una secretaria, encargada de levantar el acta de las artesanas que asisten a las reuniones, si es necesario salir a los talleres con la líder de la organización.
- Una tesorera, encargada de guardar el capital que se recupera para la organización.
- Tres vocales

Pese a que no existe una figura jurídica legalmente establecida para la organización, ésta ha funcionado con algunas reglas no escritas, formando la estructura organizativa que anteriormente se ha explicado, misma que ha sido condicionada por algunas instituciones gubernamentales, para que puedan tener acceso a algunos apoyos que éstas otorgan a las artesanas.

En el interior de la organización, ocasionalmente se realizan reuniones por:

-
- Las líderes de los dos grupos de la organización, en ocasiones en las que no es necesaria la participación de todas las artesanas.
 - Mediante plenarias, todas las integrantes de cada grupo (textil y alfarero), se reúnen en la casa de la líder de la organización, no se tiene un tiempo específico para sesionar.
 - Reuniones de las artesanas de la UMAZ, con representantes de algunas instituciones gubernamentales.

Las plenarias, se realizan para tratar asuntos relacionados con la organización, la líder convoca a todas las artesanas, en donde su asistencia es obligatoria, de no asistir se tiene que pagar una multa.

En las reuniones, las artesanas de la UMAZ cumplen con su asistencia y algunas participan dando sus puntos de vista para la toma de decisiones en el accionar de la organización, en otros casos las reuniones tienen una función informativa.

Una problemática que se está dando en la forma de organización en la UMAZ, es la toma de decisiones, ya que existe información que se concentra exclusivamente en las líderes de la organización. Aparentemente existe un sistema organizativo informal, con una estructura organizativa, pero que ha funcionado con las negociaciones que se realizan con agentes externos.

6.3. Tipificación de las artesanas de la UMAZ

En la organización se han identificado diferentes formas de trabajo individual de las artesanas, por lo tanto, se ha recurrido a la caracterización de las artesanas, tomando en cuenta los siguientes aspectos: especialización-diversificación, tipo de productos, por su agencia en el mercado, y por la maquila en la producción:

6.3.1. Artesana diversificada

Este tipo de artesana trabaja en los enseres de barro y en el bordado de textiles, siendo frecuente que se dedique a las actividades agrícolas y a la educación de sus hijos(as). Generalmente produce de forma estacionaria por las diversas actividades que tiene el hogar, y el volumen de producción es bajo.

6.3.2. Artesana especializada en ciertos productos de alfarería: ollas, figuras, comales, entre otros

Esta artesana puede producir volúmenes elevados de enseres de barro, hay quienes se especializan en la producción de comales de diferentes medidas, las que optan por producir ollas porque consideran que se les facilita más el trabajo; cada artesana decide qué producir conforme a sus habilidades. Como actividades complementarias estas artesanas tienen que atender su hogar, la parcela y la educación de los hijos.

6.3.3. Artesana especializada en ciertos productos textiles

Estas artesanas se especializan en la producción de artesanías textiles, hay quienes se especializan en producir mandiles, las que optan por producir camisas y las que trabajan en todos los diseños que han aprendido con los capacitadores institucionales.

6.3.4. Artesanas intermediarias

Dentro de la organización existen artesanas que fungen como intermediarias, comprando principalmente enseres de barro ya que es lo que más se vende en las ferias o en poblaciones de la región.

6.3.5. Artesana maquiladora

En el grupo hay artesanas que compran los enseres de barro en crudo, y dan el terminado al producto, los precios de compra son relativamente bajos.

6.4. Cambios en la organización (productivos y organizativos)

La UMAZ ha tenido cambios desde su creación a la fecha en los siguientes ámbitos:

En referencia a los productos que elaboran las artesanas han realizado innovaciones en la producción de textiles y alfarería, esto fue impulsado por la Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán y Culturas Populares de Michoacán.

- Las artesanas se han capacitado en la elaboración de nuevos diseños (textil y alfarería), la capacitación esta a cargo de la Casa de las Artesanías de Michoacán.
- De forma individual las artesanas han tomado la iniciativa de mejorar la calidad de su producción, especialmente en el terminado de sus artículos.

Las formas operativas y de acción son elementos que han ido evolucionando a través de los años, generando oportunidades para las artesanas, en los siguientes aspectos:

- Las líderes de la organización han intercambiado ideas en sus formas de trabajo en talleres estatales y nacionales.
- Las artesanas manejan un crédito anual, exclusivo para el abastecimiento de la materia prima necesaria para la producción artesanal otorgado por la CDI
- Las líderes de la organización, han solicitado apoyos para el traslado la producción artesanal a los diferentes puntos de exhibición y venta.

-
- La organización ha creado un fondo de ahorro mediante el manejo de una zapatería que es propiedad de algunas socias de los grupos.
 - La organización ha acondicionado un espacio permanente para la exhibición y venta de artesanías en la localidad de Zipiajo.
 - Finalmente, se ha generado una *marca colectiva* para los productos artesanales de la organización; esto es impulsado por la casa de Artesanías de Michoacán.

6.5. Estacionalidad del trabajo de la artesana/ del esfuerzo aboral de la artesana

La actividad artesanal femenina en esta localidad se combina con las actividades propias del campo, dependiendo de las demandas del ciclo agrícola de la comunidad y de otras regiones en donde los lugareños acostumbran migrar con fines de trabajo temporal, “cumplen” con las actividades del hogar, el cuidado de los hijos, y se integran a las costumbres de la comunidad que dan pauta a producir de forma intensiva, principalmente las artesanas de textil; y para las temporadas de salidas a ferias artesanales, las alfareras son las que incrementan la producción.

La siguiente tabla muestra de forma desglosada la manera en que actúan las artesanas de la organización a lo largo del año y las actividades que se enmarcan en cada mes.

6.6. Calendario anual de las labores

Tabla 5. Participación de hombres y mujeres

MES	TRABAJO AGRÍCOLA H/M	H/M FIESTAS RELIGIOSA Y CONCURSOS	ARTESANIA TEXTIL M*	ALFARERIA H/M*		
ENE	SE LIMPIA EL TERRENO DE CULTIVO		AUMENTA LA ACTIVIDAD ARTESANAL POR LA FIESTA EN FEBRERO	AUMENTA LA ACTIVIDAD ARTESANAL POR LA VENTA EN URUAPAN SEMANA SANTA (EN LOS MESES DE CALOR ES MAS DIFICIL LA PRODUCCIÓN, PERO AUN ASÍ SE ARRIESGAN)	LABORES DEL HOGAR	ABASTO DE LEÑA PARA LA COCINA Y PARA LA ELABORACION DE ARTESANIA ALFARERA
FEB	PREPARACIÓN DE LA TIERRA DE CULTIVO	FIESTA PATRONAL EN ZIPIAJO	SE INCREMENTA EL TRABAJO ARTESANAL POR LA VENTA EN URUAPAN-DOMINGO DE RAMOS			
MAR	LIMPIAS PARA LA SIEMBRA DE MAÍZ	SALIDA A URUAPÁN-DOMINGO DE RAMOS				
ABRI			SE INCREMENTA EL TRABAJO POR EL CONCURSO ARTESANAL EN ZIPIAJO			
MAY	SIEMBRA DE MAÍZ	CONCURSO ARTESANAL EN LA COMUNIDAD DE ZIPIAJO	AUMENTA LA ACTIVIDAD ARTESANAL- POR EL CONCURSO LOCAL, FIESTA EN LA COMUNIDAD DE AZAJO	AUMENTA LA ACTIVIDAD ARTESANAL (ARTESANAS QUE TRABAJAN EN TEMPORADAS DE LLUVIAS)		
JUN	LABORES CULTURALES AL CULTIVO					
JUL	SEGUNDEAR					
AGO	CHAPONEAR, DESQUELITAR Y FERTILIZAR		AUMENTA LA ACT. ARTESANAL	AUMENTA LA ACTIVIDAD ARTESANAL(ARTESANAS QUE ENVÍAN SU PRODUCCIÓN A PÁTZCUARO)		
SEP	BARBECHO					
OCT						
NOV		SALIDA A PÁTZCUARO	AUMENTA LA ACTIVIDAD ARTESANAL (POR FIESTAS TRADICIONALES EN DICIEMBRE)			
DIC	COSECHAS					

Fuente: Investigación propia, 2008

El cuadro anterior refleja que las actividades de las artesanas se desarrollan en la lógica de la economía campesina o familiar, limitada a los mercados locales y regionales (ferias en ciudades que fomentan la actividad artesanal). En referencia a las actividades artesanales, éstas se desarrollan de forma estacionaria, lo que implica que para cubrir sus necesidades individuales y sociales el numero de personas debiera permanecer siempre

constante, a pesar de haber aumentado los requerimientos por el progreso incrementando el alto coste para obtener satisfactores para las necesidades básicas.

6.7. División del trabajo por sexo

Tabla 6. División del trabajo por sexo

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Mujeres												
Actividades del hogar												
Cuidar a los niños												
Apoyar en las actividades del campo												
Actividades artesanales												
Corte lenteja (por jornal)												
Cuidado de animales de traspatio												
Hombres												
Actividades agrícolas												
Cuidado del ganado												
Migración interna: cortar lenteja												
Migración nacional e internacional												
Otras actividades temporales: albañilería, comerciantes, jornaleros*.												
Niñas/os (Vacacionen/fin de semana)												
Desquelitar												
cuidar animales												
ayudar en la cocina (niñas)												
Ir a cortar lenteja												

Fuente: Investigación propia, noviembre del 2007

Nota de la tabla 8: * No existe un patrón específico para estas labores, generalmente se da por oportunidades en cualquier mes del año

En el cuadro anterior se observa que las actividades que la mujer realiza se han diversificado más que las de los hombres y en muchos casos el esfuerzo laboral se ha intensificado.

El análisis de los datos de la división de trabajo por sexo, permite asumir, desde dos hechos (inexistencia de datos o fuentes estadísticas oficiales que registren el trabajo de la mujer y falta de información directa de las artesanas) que: en la unidad doméstica familiar, referente al trabajo, las mujeres rurales han ocupado una posición subordinada y el trabajo que realizan no es “reconocido” tanto social como familiarmente, aún cuando trabajan realizando las mismas actividades que los hombres y adicionalmente otras.

En el cuadro anterior se observa que la división del trabajo se establece por sexos, los hombres realizan actividades agrícolas, ganaderas y además, recurren a la migración.

Las mujeres en general apoyan a la familia en actividades del campo, en las “menos pesadas”, el cuidado de los hijos, actividades domésticas, el cuidado de animales de traspatio (especialmente animales pequeños, tales como gallinas, cerdos, entre otros), las actividades artesanales que en la población se han vuelto exclusivas de la mujer, los hombres que apoyan a las artesanas lo hacen con el abastecimiento de la materia prima, principalmente arena, barro, tzurumuta y leña, y en temporadas de corte de lenteja de municipios vecinos se vuelven migrantes de entrada y salida diaria, son meses en los que salen familias enteras al corte de lenteja.

Los párrafos anteriores nos remiten a la posición subordinada de las mujeres en la esfera de producción de la unidad doméstica rural.

Las mujeres prácticamente se responsabilizan de manera personal del trabajo doméstico, en el cual con frecuencia son auxiliadas o sustituidas por las hijas, cuando ellas tienen otra actividad.

En esta esfera las mujeres tienen autonomía y poder, pues toman decisiones relativas a la preparación de los alimentos, el cuidado de la casa y de la ropa, orientación y educación de los hijos, así como el empleo de recursos destinados al bienestar doméstico. Estas mujeres también toman decisiones referentes a las ventas eventuales de bienes producidos por ellas, tales como artesanías.

Tabla 7. División del trabajo en la producción de maíz

Actividad en producción de maíz	M	H
Preparación del terreno		X
Siembra	X	X
Aplicación de herbicida		X
Fertilizar	X	X
Escardar y tablonear		X
Cosechar	X	X
Deshojar	X	X
Desgranado en pequeñas cantidades	X	
Desgranado en grandes cantidades		X
Selección de la semilla para la siguiente siembra	X	
Almacenamiento	X	X
Venta	X	X

Fuente: Investigación propia, 2008

En la tabla anterior, se puede observar las tareas que realizan las artesanas específicamente en la producción del maíz, además de la carga laboral que ellas tienen al cumplir con las diferentes funciones en las actividades agrícolas.

6.8. Invisibilidad del trabajo de la mujer rural

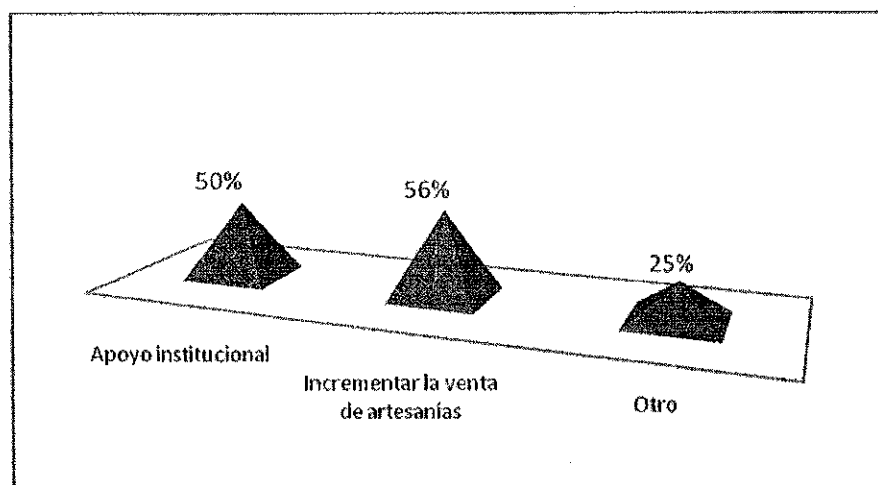
Las mujeres artesanas de la organización, como ya se ha mostrado en los cuadros anteriores, trabajan en actividades agropecuarias, pero no son consideradas parte de la población económicamente activa (PEA) y su contribución a la producción agrícola, especialmente de alimentos, está pobremente representada en las estadísticas laborales. Los registros censales utilizan, por lo general, una definición muy restringida de actividades que realiza la mujer quedando su trabajo *invisible*.

Las transformaciones que se presentan en los espacios rurales en los últimos años, han situado de manera tal a las mujeres, que los diferentes roles a los que tienen acceso las marginan, marcando una tendencia a la feminización de ciertos procesos de trabajo; es por ello que la mayoría de las mujeres se ubican en sectores que ha hecho invisible su trabajo, por ejemplo las actividades domésticas y el cuidado de los hijos, así como actividades agrícolas, entre otras.

6.9. Organización de las artesanas de la rama de alfarería

En el análisis de este tema se van a considerar diferentes puntos, en donde la siguiente figura muestra que la decisión de las artesanas alfareras de integrarse al grupo está influenciada por los apoyos institucionales que pueden percibir (50%), por la necesidad de incrementar la venta de las artesanías, debido a la necesidad económica que tiene la familia (56%), entre otros (25%).

Gráfica 18. Motivos de integración a la organización



Fuente: Investigación propia, 2008

Se observa que los apoyos institucionales son un aliciente para que las artesanas de Zipiajo, deseen ingresar a la organización, la problemática ante este hecho es que no existen objetivos organizacionales definidos y mucho menos escritos; y el manejo de los apoyos gubernamentales por parte de las artesanas no son operados de forma adecuada para que se de un desarrollo individual y familiar; además no son suficientes para que se pueda trabajar a lo largo del año.

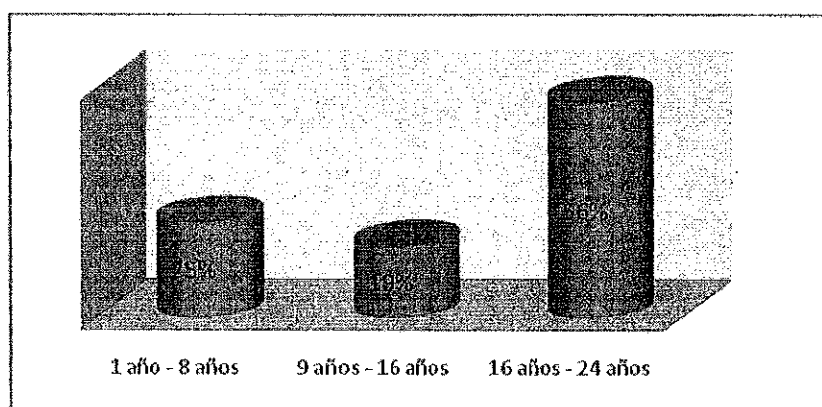
Es necesario mencionar que pese a que las artesanas reciben un apoyo económico exclusivo para la reinversión en la producción, este no es de gran ayuda para la producción artesanal; ante este hecho una artesana externa su opinión:

“A veces el apoyo no alcanza para la materia prima, y es difícil que lo manejemos adecuadamente, porque a veces hay problemas en la familia, alguna urgencia pues, y hay que gastarlo; yo por la edad ya quisiera salirme del grupo, porque ya no tengo mucho valor, pero uno se endeuda y hay que seguir, y cuando uno se da cuenta ya pasa el año, y hay que volver a pagar; es difícil, sólo las compañeras que tienen apoyo de su familia, si se quieren salir, pues nomas regresan el dinero que se les da, y ya, quiera o no eso de créditos y apoyos, a veces nomás es un decir, porque uno no gana tanto como para estar pagando, claro que a veces nos dan facilidades pero es difícil” (Artesana, 2008).

El testimonio anterior, indica que es difícil manejar de forma correcta los apoyos económicos institucionales, por múltiples eventualidades dentro del núcleo familiar, además para realizar los pagos, aunque sean dentro de la organización, se dificulta realizarlos.

La siguiente gráfica muestra la antigüedad de las artesanas dentro del grupo, esto se expresa en diferentes niveles.

Gráfica 19. Años en el grupo



Fuente: Investigación propia, 2008

En referencia a la gráfica anterior, el 25% constituye a las artesanas que han permanecido en el grupo de 1 a 8 años, el 19% a las que han perdurado de 9 a 16 años, y el 56% tienen de 16 a 24 años en el grupo.

Los porcentajes de la gráfica muestran que la antigüedad de las artesanas dentro del grupo ha crecido, a diferencia de lo que sucede en el grupo textil. En algunos casos las alfareras han cambiado de grupo, pasando al de textil, ya que consideran que la

actividad alfarera es muy pesada, en otros casos optan por trabajar en las dos ramas artesanales.

En la actualidad el 38% de las artesanas alfareras se sigue capacitando por agentes institucionales para mejorar e innovar su producción, el 62% no lo hace argumentando que su tiempo es absorbido por las actividades del hogar, porque no tienen paciencia ni habilidad para innovar su producción, entre otras razones.

Para el caso de las artesanas que desean que algún familiar herede el conocimiento en el trabajo de alfarería, se ha visto limitado a la posibilidad, ya que actualmente algunas jóvenes de Zipiajo ya no se interesan por esa actividad. Al reproducirse esta situación, en términos de relevo, posiblemente se acabe el brazo alfarero, dentro de la agrupación.

La siguiente tabla muestra diferentes ventajas individuales consideradas por las artesanas, al pertenecer a la agrupación:

Tabla 8. Ventajas por pertenecer a la organización

Ventajas	%
• Financiamiento	75%
• Comercialización	44%
• Otras	19%
• No obtengo ventajas	6%

Fuente: Investigación propia, 2008

En la tabla se observa que el financiamiento por diferentes instituciones es la ventaja principal percibida por las artesanas alfareras (75%); otras ven ventajas en el aumento de la comercialización de sus productos (44%); en tanto que (19%) el tercer grupo encuentra diferentes puntos entre otras ventajas, y sólo el 6% considera que no ha obtenido ventajas en el grupo, exponiendo que existen diferencias con la líder de la organización, por el acaparamiento de clientes que ella maneja y por la desigualdad en los beneficios grupales.

A nivel de la UMAZ, año con año organizan un concurso artesanal en la localidad, auspiciado por algunas instituciones gubernamentales y por las mismas artesanas, con la finalidad de impulsar el trabajo artesanal en la localidad.

Las bases del concurso artesanal las establecen las líderes de la organización en conjunto con las instituciones gubernamentales; la convocatoria va dirigida a toda la localidad de Zipiajo. Las piezas que las artesanas envían a los concursos dentro y fuera de la comunidad son dos piezas en la rama que le corresponde, los diseños que trabajan son ollas, comales, figuras, cajetes, entre otros de diferentes tamaños.

El 88% de las artesanas alfareras entrevistadas han obtenido un premio o reconocimiento y el 13% no ha obtenido ningún premio.

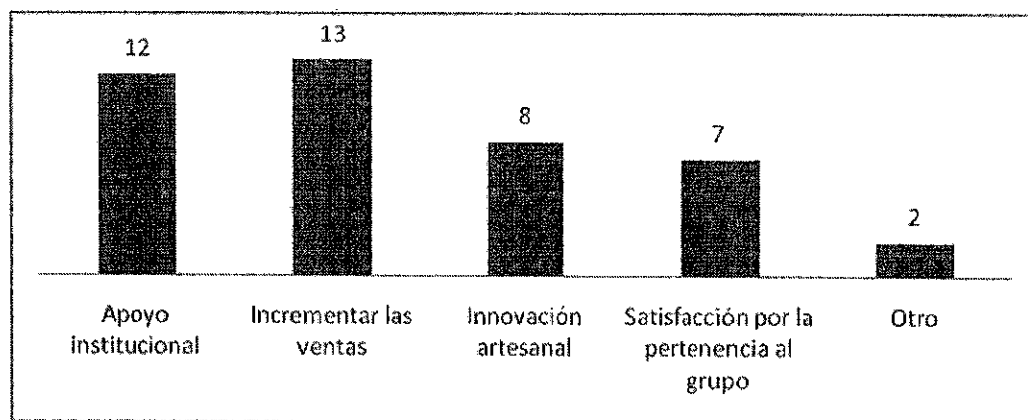
“Pues la verdad a mi no me parece la forma en que tenemos que gastar nuestros premios, porque para eso nos esforzamos, mas bien parece que tenemos que pagar por haber ganado, porque tenemos que dar la mitad de lo que ganamos y a veces más, aparte de lo que cooperamos, a veces no quisiera ganar, y ahora los premios los ganan las compañeras que se capacitan con los maestros, pero pues yo ya no puedo capacitarme porque ya no tengo valor, y luego ni nos informan que hay capacitación a las que ya somos de edad, como que no nos toman en cuenta, pero qué le vamos a hacer si necesitamos el dinero”.(Artesana entrevistada, abril del 2008).

Es necesario recalcar que dentro del grupo de alfarería existe desigualdad en la distribución de los beneficios asequibles de la organización: capacitación y venta de sus enseres en las ferias ya que es difícil que todas envíen su producción a los diferentes puntos de exhibición y venta, por lo cual van concentrándose los beneficios sólo en algunas artesanas.

6.10. Organización de las artesanas de la rama de textil

En el análisis de este punto se van a considerar diferentes aspectos, en donde la siguiente gráfica muestra los motivos de las artesanas del grupo textil para integrarse a la organización, para lo cual, 12 artesanas han ingresado a la agrupación por los apoyos institucionales que pueden percibir, 13 lo han hecho por la necesidad de incrementar sus ventas, 8 artesanas se han entusiasmado por la innovación que pueden realizar en su producción, 7 han ingresado por la satisfacción por la pertenencia al grupo, y 2 artesanas tienen otros motivos.

Gráfica 20. Motivos de las artesanas para incorporarse al grupo



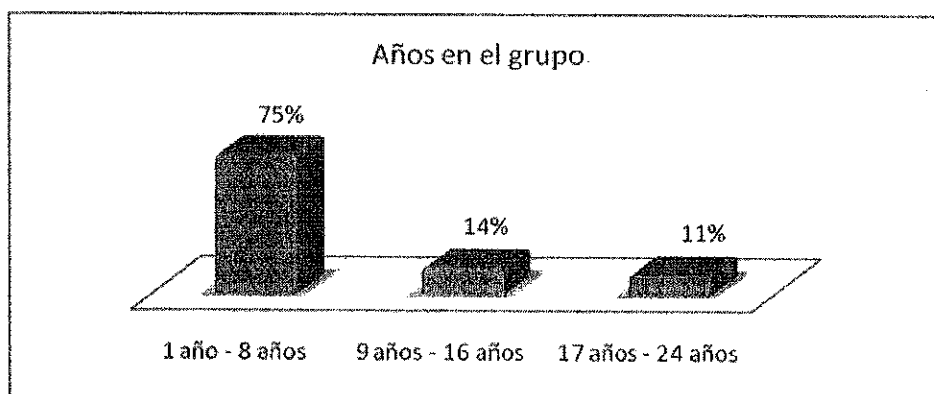
Nota: La suma de los números en cada columna no corresponden al 100%, debido a que una alfarera puede tener más de un motivo.

Fuente: Investigación propia, 2008

La gráfica anterior indica que al igual que el grupo de alfareras, las artesanas de textil tienen mayor interés de entrar a la agrupación por los apoyos institucionales e incrementar las ventas, aunque en este grupo hay una variante que es considerable: el de la satisfacción de pertenencia al grupo, esto debido a la edad y condición civil de las artesanas, ya que no cuenta con la presión económica que tienen las casadas, con múltiples responsabilidades económicas dentro del núcleo familiar.

En el siguiente análisis se presenta una gráfica, que expresa los años que las artesanas de textil tienen en el grupo.

Gráfica 21. Años en el grupo



Fuente: Investigación propia, 2008

La gráfica anterior indica que, el 75% de las artesanas ha permanecido en el grupo de 1 a 8 años, el 14% se encuentra en el rango de 9 a 16 años, y el 11% en el de 17 a 24 años.

En comparación con el grupo de alfarería, se puede afirmar que en el grupo de textil si existe reemplazo en la mano de obra artesanal, ya que las edades en el grupo son menores en comparación con las alfareras.

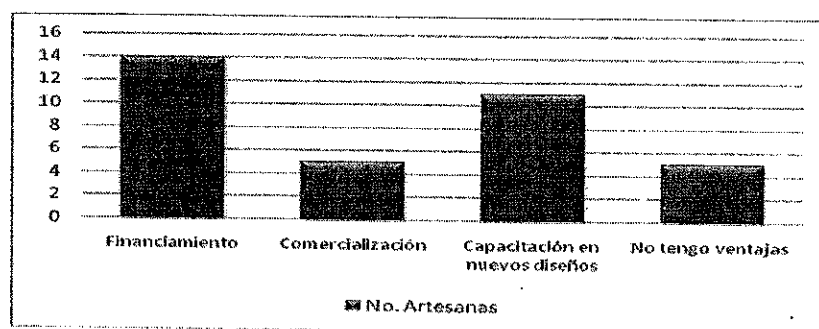
Se les preguntó a las artesanas si han obtenido lo que esperaban al ingresar al grupo, a lo que, el 54% respondió que si ha obtenido lo que esperaba, el 32% no lo ha obtenido, y el 14% no contestó la pregunta.

Los datos anteriores, nos remiten a tres formas de actuar de las artesanas:

- Las que expresan sus ideas e inconformidades, y que generalmente duran poco tiempo en la agrupación, porque no obtienen lo que esperaban, ya que consideran que no hay transparencia en las acciones organizativas.
- Las artesanas jóvenes y de edad avanzada, que optan por mantenerse al margen de las decisiones de las líderes de la organización, evitándose así sanciones o expulsiones de la organización.
- Algunas artesanas de edad avanzada, que trabajan acorde a sus posibilidades, se conforman con recibir los beneficios institucionales, ya que no son las de mayor peso en la toma de decisiones.

A través del tiempo, las artesanas han obtenido las siguientes ventajas individuales por pertenecer al grupo:

Gráfica 22. Ventajas individuales por pertenecer al grupo



Fuente: Investigación propia, 2008

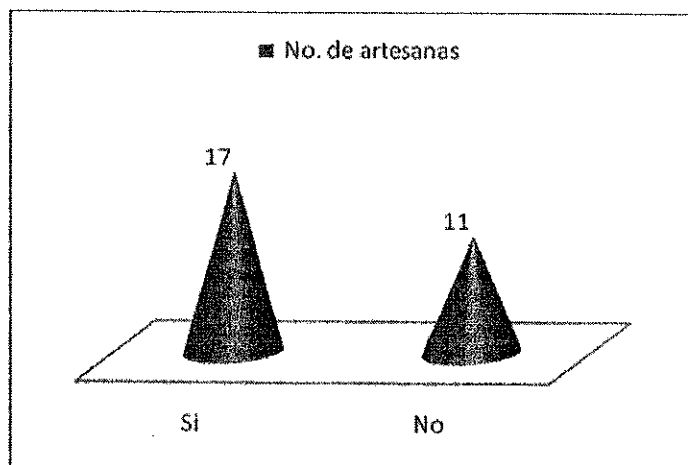
La gráfica anterior indica que, 14 artesanas consideran que el financiamiento es la ventaja principal de haberse integrado al grupo, 5 artesanas consideran que han aumentado sus ventas al pertenecer a la Unión, de este grupo 11 valoran la capacitación de nuevos diseños y, finalmente 5 son las que no han obtenido ventajas al pertenecer al grupo.

Por lo tanto, la ventaja organizativa se circunscribe mayormente a la recepción de apoyos directos de las dependencias institucionales.

Lo anterior pone de manifiesto la dependencia que generan las instituciones gubernamentales, mayormente con los apoyos económicos, a diferencia de los apoyos no económicos, es decir, las capacitaciones, y la organización de espacios de exhibición y venta artesanal, donde se pueden obtener mejores beneficios y de mayor impacto.

La siguiente gráfica muestra el número de artesanas que han obtenido algún premio en los concursos artesanales, a través de su estancia en el grupo.

Gráfica 23. Artesanas que han obtenido premios en los concursos artesanales



Investigación propia, 2008

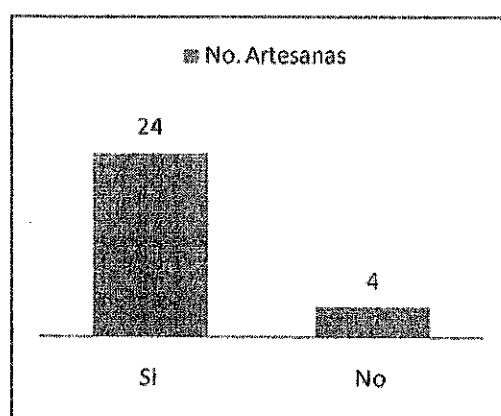
En la gráfica anterior se puede apreciar que de 28 artesanas de textil 17 han obtenido premios por la calidad y diseño de sus productos y las 11 restantes no han

accedido a esos reconocimientos. Los datos indican que hay calidad en la producción de más de la mitad de artesanas del grupo de textil. En comparación con las alfareras estas han obtenido más premios.

Se observa que las artesanas que obtienen los premios en los concursos artesanales son, sobre todo, las que se capacitan para innovar su producción, lo que causa que las artesanas que no ven resultados favorables en los concursos, pierdan el ánimo y generalmente se desincentiven; algunas, al sentirse excluidas, lo atribuyen a su suerte, pues no se ven premiadas.

En referencia a los apoyos institucionales que ha otorgado la CDI, la siguiente gráfica muestra que 24 artesanas han obtenido el apoyo institucional (apoyo económico destinado a la reinversión en materia prima) y 4 no han alcanzado el mencionado apoyo institucional

Gráfica 24. Artesanas que han obtenido el apoyo económico institucional



Fuente: Investigación propia, 2008

Los apoyos no económicos (capacitaciones), se han ofrecido a todas las artesanas, pero no todas optan por participar. Las capacitaciones giran en torno a la innovación en la producción artesanal, tanto para el grupo de textil como para el de alfarería.

6.11. Análisis DAFO

La tabla siguiente muestra la situación actual y las perspectivas de la organización, según la visión de las integrantes, para tal efecto se realizó un análisis DAFO, siendo ésta una herramienta de planeación, que nos permite conocer la situación actual de la organización. Este análisis ayuda a la toma de decisiones, según objetivos; para ello se tomaron en cuenta condiciones internas y externas de la organización, además que durante el desarrollo de la investigación se pueden examinar las características particulares de la agrupación y el entorno en el cual se desarrollan.

Tabla 9. Análisis DAFO de la “UMAZ”

INTERNO	EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Integrantes del grupo proactivas	O1. Gustos y preferencias por las artesanías
F2. Interés grupal para trabajar en la problemática principal.	O2. Apoyos por diferentes instituciones que impulsan el fomento artesanal (CDI, FOMICH, FONART, CASART)
F3. Capacidad y conocimiento en el proceso de producción de artesanías	O3. Instituciones Gubernamentales, no Gubernamentales que impulsan el desarrollo artesanal
F4. Han pasado la prueba del tiempo, ya que es un grupo que se formó en 1983 y aún continúa con sus actividades de forma organizada.	O4. Instituciones que apoyan las actividades productivas exclusivas de las mujeres.
F5. Relaciones sociales con instituciones gubernamentales e investigadores.	O5. Apoyo para el traslado de las artesanías a las ferias de Patzcuaro, Uruapan, Morelia, entre otros lugares.
F6. Liderazgo y capacidad de negociación de integrantes del grupo	O6. Existencia de programas del fortalecimiento de capacidades a grupos organizados.
F7. Elaboración de productos artesanales hechos totalmente a mano	
F8. Productos elaborados con materias primas 100% naturales	
F9. Artesanas capacitadas para la elaboración de nuevos productos (innovación de la producción)	

DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Limitante del tiempo de las artesanas para desarrollar las actividades productivas propias de su oficio.	A1. Competencia interna y externa.
D2. Procesos productivos inestables por la variación de actividades (campesino-artesanal-hogar y la influencia del clima)	A2. Intermediarios y acaparadores
D3. No cuentan con espacio estratégico para la comercialización de sus productos.	A3. Artesanías desvalorizadas por algunos compradores.
D4. Poco conocimiento de la oferta y la demanda de productos artesanales.	A4. Desregularización de los recursos naturales (materia prima para la producción de alfarería).
D5. Dificultad para la fijación de precios	A5. Imitación de piezas únicas y artesanales, lo que genera la devaluación de los productos.
D6. Dialecto, el uso de este limita la interacción con el exterior (Temor de relacionarse con otras personas de diferente identidad)	A6. Incertidumbre comercial
D7. Temor de salir a vender fuera de la comunidad (individual)	A7. La falta de apoyos eficientes para las mujeres artesanas de Michoacán.
D8. Altos costos de transacción de la mercancía.	A8. El clima, ya que en la época de secas como en la de lluvias se dificulta el trabajo de alfarería.
D9. Dificultad para capacitarse por las horas de trabajo que demanda las acciones del hogar	A9. Deterioro de algunos recursos naturales: suelo, agua, tierra (barro), entre otros.

Fuente: Investigación propia, Diciembre del 2006 y Febrero del 2008.

Las fortalezas y debilidades se encuentran en el ambiente interno de la organización, es decir que son aspectos que se desarrollan dentro de la organización y por ende la afectan directamente.

Las fortalezas, son las capacidades especiales con que cuenta la organización, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Las debilidades, son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, son recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. Estos elementos impiden a la

organización alcanzar sus metas organizacionales. Son afectadas por decisiones de la organización y se tiene control sobre su efecto.

Las oportunidades y amenazas se encuentran en un ambiente externo a la organización.

El medio externo constituye una fuente de opciones para el crecimiento de la organización. Las acciones de agentes externos sobre los que no tenemos control, que afectan negativamente los resultados y forma de operar de la empresa se catalogan en este rubro.

Las oportunidades, son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la organización, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Las amenazas, son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

CAPITULO VII. LA PRODUCCIÓN ARTESANAL DE LA UMAZ

Para abastecerse de la materia prima necesaria las artesanas cuentan con un financiamiento otorgado por la CDI de Michoacán, el monto total es de \$2,000.00 (dos mil pesos) anuales, para su refinanciamiento se requiere que paguen el monto total en una fecha determinada de común acuerdo por las artesanas.

7.1. Rama de alfarería

7.1.1. Definición del producto

Los productos que elaboran las artesanas de Zipiajo, la Casa de Artesanías de Michoacán los clasifica dentro de la rama de alfarería bruñida o natural, se manejan diseños que se han heredado de sus ancestros y otros que son innovación de la imaginación de las artesanas o inducidos por el impulso de instituciones gubernamentales. El producto es elaborado de forma manual en su totalidad, no se utilizan moldes, la pintura utilizada es natural, el tamaño es variable, dependiendo de la capacidad y habilidad de la artesana.

Los enseres de barro eran los principales utensilios para uso diario de la cocina tradicional rural, los objetos artesanales eran utilizados para cocinar, sobre el fuego de la leña. En la actualidad las artesanías a base de barro se han modificado y han surgido otros productos (VER ANEXO I).

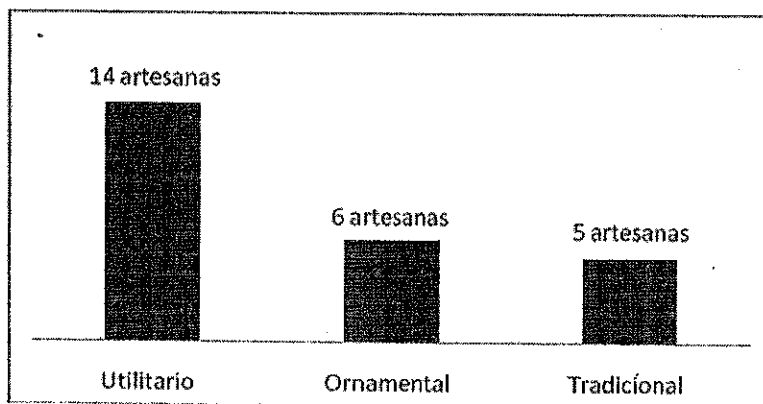
En la actividad de la producción artesanal alfarera, las estaciones del año influyen directamente; en temporadas de lluvia se facilita la formación de enseres de barro, pero se dificulta el quemado de los productos, debido a que los espacios para la producción artesanal son limitados y rudimentarios; en la temporada de secas el trabajo se dificulta

por el calor, el aire, y por la falta de espacios adecuados para la producción, lo cual genera mermas en la producción.

Lo dicho en el párrafo anterior, refleja la problemática que viven las artesanas en sus espacios de producción, ya que no son los adecuados para la actividad artesanal, algunas artesanas carecen de espacios para realizar la quema, lo que implica que transfieran su producción a otra artesana para que realice la última fase; además carecen de espacios para el trabajo de formación y reposo, así como de almacenamiento.

7.1.2. Carácter de la producción artesanal alfarera

Gráfica 25. Carácter de la producción artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

La gráfica anterior presenta una clasificación de la función o carácter de la producción artesanal que realizan las artesanas; 14 de ellas consideran que su producción es utilitaria, con un valor basado en la cultura de los pueblos indígenas, son productos que se utilizan diariamente en la cocina o en las fiestas patronales del pueblo; de estas artesanas 6 consideran que es ornamental, principalmente las figuras, adicionalmente las

ollas y comales considerados ornatos por los turistas; y 5 artesanas consideran a su producción como tradicional, porque los diseños son heredados de generación en generación y los compradores generalmente son personas de la misma identidad.

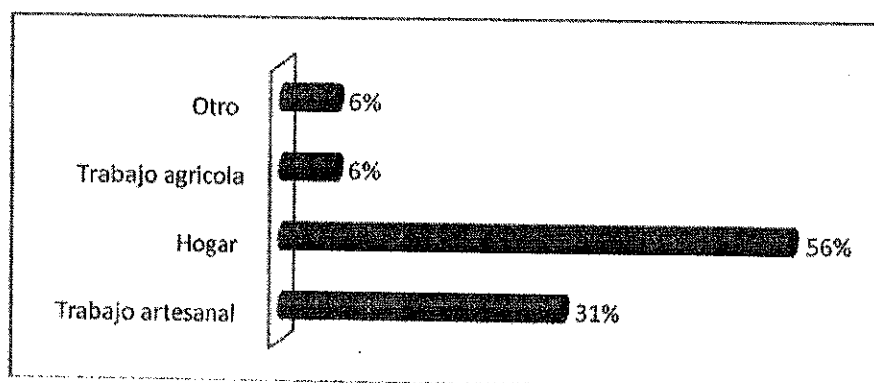
Respecto a la actividad manual las artesanas respondieron que esta actividad es la principal (50%), para otras es una actividad temporal acorde a sus tiempos y espacios (31%), y para otras es una actividad complementaria (19%) ya que realizan otras actividades que les retribuye un ingreso adicional al que perciben por la actividad artesanal.

Del grupo de mujeres alfareras entrevistadas 94% considera que la actividad artesanal le genera ingresos mayores, y el 6% opina que obtiene mayores ingresos de otras actividades.

7.1.3. Distribución de las horas de trabajo artesanal

Dentro de la unidad familiar las artesanas distribuyen el trabajo de la siguiente forma:

Gráfica 26. Distribución de las horas de trabajo



Fuente: Investigación propia, 2008.

A la actividad que le dedican más horas de trabajo en un día común es de un 56% y esto corresponde a las labores del hogar, el 31% de tiempo se enfoca al trabajo artesanal, el 6% al trabajo agrícola y el restante 6% a otras actividades:

En la producción artesanal las mujeres alfareras le dedican a esta actividad en promedio 4 horas de trabajo al día, en temporadas de producción alta, y 2 horas al día en temporadas de producción baja.

7.1.4. Espacios y medios necesarios para la producción artesanal

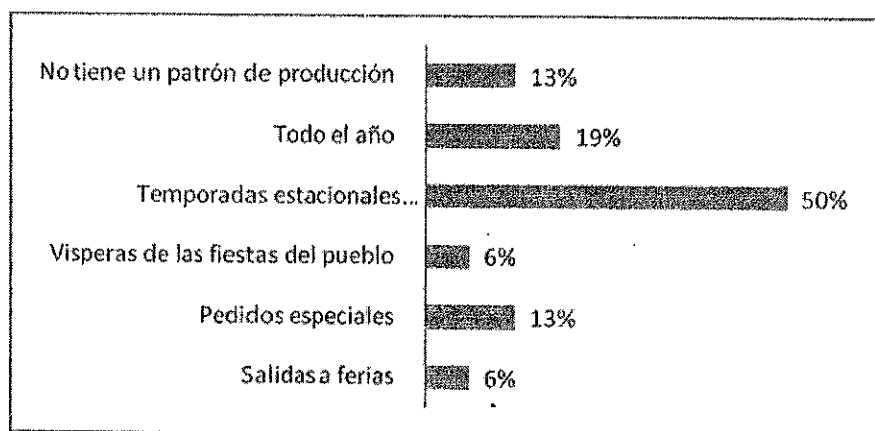
En la actualidad el 81% de las alfareras del grupo cuenta con espacios para realizar todo el proceso de producción artesanal, en tanto que el 19% no cuenta con los espacios adecuados para esta actividad, lo que provoca la baja calidad en su producción y a la vez es causa de que se inicien en la venta de enseres en crudo, ya que no cuentan con espacio para la quema ni para el almacenamiento.

Las artesanas que se benefician del apoyo de su familia en el proceso productivo, consideran que con esta ayuda tienen acceso a la materia prima necesaria para la producción artesanal, ya que a nivel familiar se abastecen de ésta; para el caso de las artesanas que no cuentan con el apoyo de algún familiar, se les dificulta el abastecimiento de insumos, porque tienen que abastecerse de estos de forma individual o comprarlos en alguna población.

7.1.5. Temporadas de mayor producción

A nivel individual estas artesanas han consolidado las temporadas de mayor producción artesanal, esto es a conveniencia y capacidad de cada una de ellas.

Gráfica 27. Temporadas de producción artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

El 13% no tiene un patrón temporal de producción, el 19% trabaja todo el año, el 50% trabaja de acuerdo a la estacionalidad, ya sea en lluvias o en secas, el 6% en vísperas de las fiestas del pueblo o de otros pueblos vecinos, el 13% trabaja con base en los pedidos de clientes especiales; y el 6% trabaja cuando hay salidas a ferias artesanales.

7.1.6. Proceso de producción: alfarería

A continuación se presenta una descripción detallada del proceso de producción, en la actividad alfarera:

1. Preparación de la mezcla

Se inicia con la extracción de barro en algunos potreros vecinos de la localidad de Zipijo.

En temporadas de calor el barro se encuentra seco, en terrones y en este estado se acarrea al patio de las casas donde se asolea y ya bien seco se desmorona con ayuda de un palo, azadón u otro objeto, lo anterior con la finalidad de facilitar el amasado de la mezcla (entre más soleado esté más fácil será de desmoronar). En épocas de lluvia el barro ya viene mojado pero es más pesado el traslado de éste al espacio de trabajo, en esta temporada se procede a hacer la mezcla con la arena previamente cernida. En el siguiente paso se remoja el barro y se empieza a batir con la arena previamente cernida, esto es para eliminar impurezas

Al ir preparando la mezcla, se busca darle una consistencia que no sea ni dura ni blanda; la proporción de la mezcla se hace al tanteo, si lleva más arena la calidad es mejor. Se deja reposar en el piso, se cubre con una bolsa de plástico para que no se seque.

2. Formación del producto (primera parte)

La manufactura de una olla inicia con la formación de la boca es decir, la mitad del recipiente, es decir que se inicia por lo que será la parte de arriba.

Se forman bolas con la mezcla y se van extendiendo hasta formar un círculo grueso; la cantidad de mezcla a emplear depende del tamaño deseado de la olla.

El círculo de bolas se coloca en el piso, preferentemente de tierra, también se puede poner sobre un plástico. La artesana en cuncilllas⁵ va levantando el círculo, hasta dar forma a la primera parte de la olla, este proceso se realiza únicamente con las manos

⁵ Postura del cuerpo que consiste en apoyar el cuerpo sobre los talones, las artesanas adoptan esta postura para moldear sus artesanías de barro.

y un poco de agua que ayuda a la maleabilidad de la mezcla. Con la ayuda de un olote⁶ se alisa la mitad que se ha avanzado, esto para que empiece a tomar forma y esté lisa.

3. Formación del producto (segunda parte)

Ya que la primera parte de la olla está semiseca (de 1 a dos días, dependiendo del clima) y con la capacidad de soportar el aumento de peso de la segunda parte de la olla, se procede a elaborar la segunda. Se amasa una bola, tanteando sirva para hacer la parte de abajo de la olla, esto es la base o asiento.

Con la boca de la olla hacia abajo apoyada en el suelo, se pone encima la mezcla de a cuerdo a la forma de la olla es decir en círculo, se va levantando la mezcla con las palmas de las manos, hasta formar completamente la olla, si hace falta mezcla se va aplicando al tanteo; con la ayuda de un olote se da el primer alisado, se moja el olote y se alisa hasta llegar a una condición óptima, esto es a criterio de la artesana.

4. Raspado de la olla o rebajado

Después de la fase anterior se deja reposar de uno a dos días dependiendo de la temperatura ambiental.

Se procede a raspar la olla en el interior con la mano y la ayuda de un fierro diseñado expresamente para esta actividad, el raspado de la olla tiene la finalidad de adelgazar el producto hasta llegar a un punto óptimo, este es a criterio de la artesana

De forma paralela se talla la olla con una piedra de río en el exterior y en el interior de la olla, esto se realiza mojando la piedra y alisando hasta que la olla quede con una buena presentación.

⁶ Corazón de la mazorca de maíz una vez desgranada.

5. Secado de la olla

Ya que se ha raspado y alisado la olla, se deja secar en un cuarto con piso de tierra aplanado, preferentemente de una semana a diez días, esto depende de las condiciones climáticas.

Cuando se almacenan las ollas en el cuarto se cubren con mantas o plásticos para que el viento no les provoque daños, pues el secado debe ser parejo, sin precipitación para así poder pasar a la fase siguiente.

Las condiciones para almacenar y secar las ollas a temperatura ambiente, requieren de un cuarto cerrado, donde las corrientes de viento no entren ya que esto provoca que se reviente el producto, al no secarse de manera uniforme; el piso debe ser preferentemente de tierra, ya que cuando es de cemento provoca que se revienten los productos.

6. Secado de la olla bajo el sol

Cuando ya se tienen las ollas necesarias para una quema (hornear), se procede a sacarlas al sol, esto es por 5 horas (esto puede variar), con la finalidad de eliminar otro porcentaje de humedad que aún se encuentra remanente dentro del barro.

7. Pintado de la olla con tierra roja

Después de haber reposado los productos bajo los rayos del sol, se procede a pintar el exterior de las ollas con tierra roja,⁷ con la ayuda de un trapo, este proceso se realiza en cuncilllas. La tierra de color se remoja con agua en un recipiente.

⁷ Es conocida en la localidad como charanda, se extrae de potreros aledaños a la localidad y en algunos casos se compra en regiones en donde abunda esta tierra.

Ya que está pintado el producto se deja reposar bajo el sol con la boca de la olla hacia arriba, extendidas en un espacio que es generalmente el patio de la casa o en un espacio dedicado exclusivamente para esta fase. El tiempo promedio de este proceso es de 30 minutos.

8. Preparación del lugar de la quema

De forma paralela en el lugar destinado para la quema, que es un círculo que bien puede ser de cemento, empedrado o tierra firme de 2 metros de diámetro aproximadamente (variable según los espacios de la artesana y que se encuentra al aire libre), se extiende una capa de estiércol⁸ de res para que se seque con el sol y así al momento de la quema sirva como combustible y se encienda con facilidad.

9. Traslado de las ollas al lugar designado para la quema

Esta fase se realiza con ayuda de varias personas, generalmente es ejecutada a nivel familiar o por amistades (mujeres); es necesario acomodar las ollas con la boca hacia el horizonte, las ollas más grandes se colocan en la parte baja y las chicas pueden ir encima, hasta formar una torre de no más de tres niveles.

10. Quemado de las ollas

Una persona va encendiendo rajas de ocote⁹ en el interior de cada una de las ollas, al rededor de estas se va poniendo el estiércol de res, por lo tanto la cocción del barro inicia con el ocote en el interior de la olla.

⁸ Es utilizado como combustible para la quema de los enseres de barro.

⁹ Rajas de madera de pino con alto porcentaje de resina utilizado como combustible por las artesanas.

El estiércol debe ponerse de forma compacta entre una olla y otra; se acomoda la leña, que es la cantidad de una carga¹⁰, es decir cuarenta pares. En la parte alta se colocan los comales o los enseres pequeños.

Se acomoda cuidadosamente la “tzurumuta”¹¹ de forma uniforme encima de las ollas, esto ayuda a que el combustible complementario agarre fuerzas para encender (leña y estiércol de res).

El quemado de las ollas es de aproximadamente 2 horas, las artesanas con experiencia ya saben cuando esta listo, un indicador es la “tzurumuta” y el color de las ollas.

11. Reposado de las ollas

Después que se termina el quemado de las ollas se dejan reposar para que se enfríen de 30 minutos a una hora, ya que no se pueden almacenar si están muy calientes y además se dificulta el traslado.

12. Almacenamiento

Las ollas se almacenan en un lugar previamente designado, donde el viento no provoque estragos. Los productos se cubren con mantas, hasta el momento de empaquetar.

13. Empacado

- Para el caso de las ollas se van empalmando las ollas una con otra, poniendo manta u otra tela entre ellas, después se colocan en un costal y se amarra para que no se muevan y evitar así que se quiebren.

¹⁰ Medida utilizada en la localidad, corresponde a cuarenta pares de leña, cargados por un burro.

¹¹ Planta silvestre de los alrededores de la localidad, es utilizado como combustible en la quema de los enseres de barro

- Para el caso de las figuras se envuelven individualmente con papel higiénico, ya que son piezas muy frágiles, y posteriormente se colocan en cajas de cartón.

- Los comales se empalman con papel periódico entre uno y otro y se acomodan en cajas reglamentarias de madera. En una caja caben 12 comales.

7.1.7. Dificultades de la producción artesanal

Dentro del proceso de producción se presentan dificultades en el amasado de la mezcla, en la elaboración de piezas grandes, en el quemado en las temporadas de lluvias, en el empaquetado y traslado a los puntos de venta y exhibición, entre otros.

7.1.8. Materia prima y Medios de Producción

Tabla 10. Materia prima para la elaboración de enseres de barro

MATERIA PRIMA	FORMATO	PRECIO DE COMPRA	LUGAR DE COMPRA	TRASLADO
Arena	La arena de la localidad de Naranja no es de buena calidad, y en los potreros cercanos a la comunidad ya no se puede explotar.	\$40.00 el costal o \$500.00-\$900.00 en cantidades elevadas	En pie de casa	La arena se carga en la espalda (tutado), se traslada en camionetas, en burros, caballos, carretillas.
Barro	El barro es de color negro de buena calidad, generalmente no se compra, solo se paga por el traslado del barro	\$50.00 la carga (2 costales)	Potrero "el Cobrero"	El barro se carga en la espalda(tutado), en camionetas, en bestias(burros, caballos) y carretillas
Leña	La leña se extrae del monte o se compra en cargas	\$70.00 la carga	Zipiajo	La leña se carga en la espalda(tutado), en camionetas, en bestias(burros, caballos) y carretillas
Ocote	Se compra cierta cantidad para varias quemadas	\$50.00 para 8 quemadas	Zipiajo	El ocote se busca en bosques ajenos a propietarios de la comunidad de Zipiajo.
Zurumuta	Un manojo alcanza para 3 quemadas	\$20.00 - \$50.00 el manojo	Zipiajo	La zurumuta se trae del monte, anteriormente cercas de la comunidad ahora se tiene que caminar más ya que se escasea este producto

Estiércol de res	Las artesanas lo recogen en los potreros o los compran por costales	\$60.00 el costal	Zipiajo	Los familiares de las artesanas recolectan el estiércol de res para el quemado de las artesanías, algunas otras lo recolectan en potreros ajenos
Olote	El olote no se compra		Zipiajo	Las familias de Zipiajo se dedican a la siembra de maíz por lo tanto todos cuentan con este producto
Papel higiénico	Para poder moldear las figuras se utiliza papel higiénico	\$20.00 el paquete		
Clavos	Los clavos son herramientas para dar forma a las figuras	\$20.00 por 4 piezas	Zipiajo	
Piedra de mar	La piedra de mar sirve para alisar todos los enseres de barro	\$0.00	Carácuaro	Cuando algunas familias salen a lugares donde hay piedras lisas las traen y se regalan
Agua	Líquido esencial para la producción artesanal	Cuota mensual de \$20.00	Zipiajo	Las familias cuentan con este preciado líquido
Tierra colorada (para comales)	Se utiliza para pintar los comales	\$50.00 el costal		La tierra colorada la compran en la población de Zipiajo por personas que llegan a comerciar esta tierra
Fierro (currungo) para rebajar	Se manda elaborar en forma de pulsera ancha, se le conoce como "currungo"	\$30.00- \$50.00 la pieza	Coeneo	El periodo de vida útil es prolongado

Fuente: Investigación propia, 2008

Los medios de producción se resumen en herramientas sencillas como el fierro para raspar, olotes y piedras de mar. Fuerza de trabajo: la mano de obra, que en todos los casos es la misma artesana y su familia quienes la proporcionan y por lo general, sin devengar un salario, los espacios necesarios destinados para la producción son los patios, algunas habitaciones de la vivienda, y los servicios públicos de la población como el agua potable.

Las artesanas no cuentan con medios de transporte, recurriendo al pago de fletes para el traslado de artesanías.

7.2. Rama textil

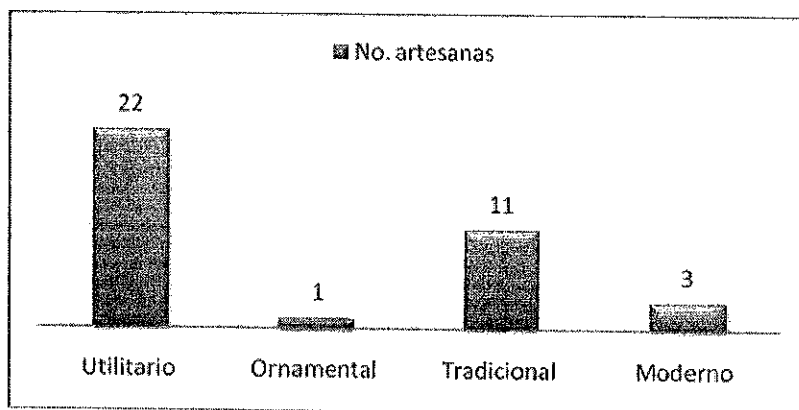
7.2.1. Definición del producto

Los productos artesanales que se confeccionan son adornados con bordados del tradicional punto de cruz, y los diseños que elaboran son: servilletas, mandiles (delantales), “guanengos” (blusa bordada, complementaria del atuendo de la mujer purhépecha), manteles, camisas, bolsas, entre otras piezas de diferentes colores y tamaños.

Los bordados de las piezas son alusivos a motivos tradicionales que incluyen pájaros, flores, y figuras geométricas. (VER ANEXO II).

7.2.2. Carácter de la producción artesanal textil

Gráfica 28. Carácter de la producción artesanal



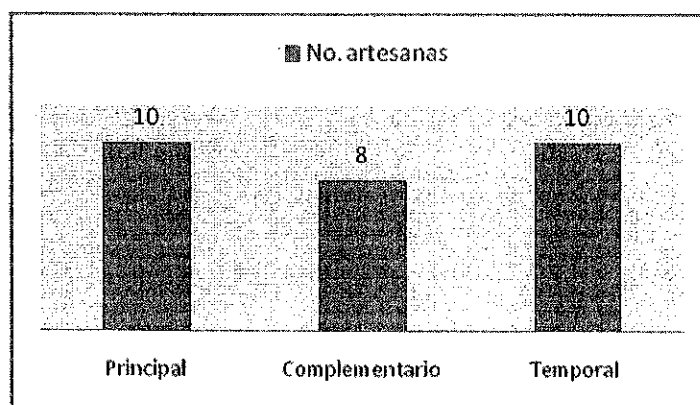
Fuente: Investigación propia, 2008

Los resultados presentados en la gráfica nos indican que la producción textil ha perdido su función cultural, ya que la innovación en los productos ha generado concepciones diferentes de su producción, al tratar de satisfacer necesidades, alineando los gustos de compradores cautivos.

La siguiente gráfica muestra la importancia de la actividad artesanal para las mujeres del grupo textil, en relación al tiempo laboral y al ingreso económico que se puede obtener con esta actividad manual.

7.2.3. Importancia de la actividad artesanal

Gráfica 29. Importancia de la actividad artesanal para las mujeres del grupo textil



Fuente: Investigación propia, 2008

De acuerdo a la gráfica, se puede afirmar que la actividad artesanal es importante para las mujeres artesanas, ya que a través del tiempo se ha vuelto una fuente de ingresos importante para el apoyo familiar, pero también se ha vuelto una ocupación especializada en las actividades de la mujer rural.

Para complementar el párrafo anterior, el 64% de las artesanas consideran que la actividad artesanal textil es redituable y el 36% opina que hay otras actividades más redituables.

De las actividades que realizan dentro de la unidad doméstica, 57% dedica más horas de trabajo a las actividades del hogar, el 29% destina su tiempo principalmente a actividades artesanales, las horas promedio para esta actividad son tres, en un rango que

va de una hora como mínimo a siete horas como máximo, el 4% le dedica más horas de trabajo a la actividad agrícola, y el 11% a otras actividades.

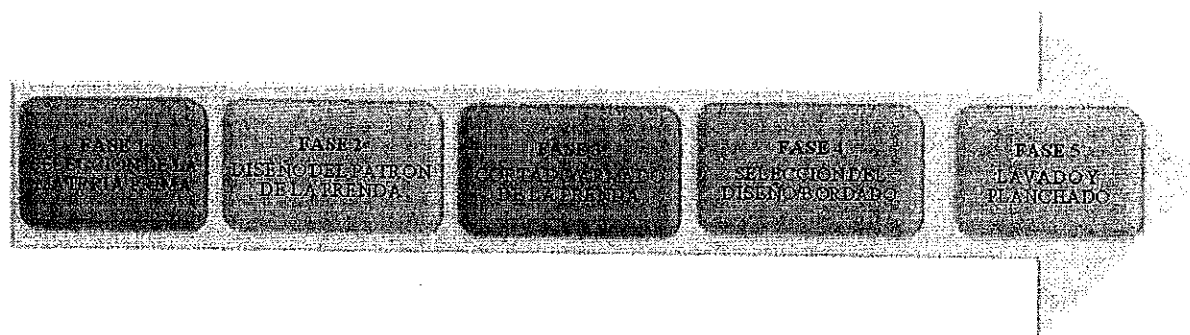
Para algunas artesanas, las temporadas de mayor producción se presentan principalmente en vísperas de las ferias artesanales (en Uruapan y Pátzcuaro), por los pedidos especiales, también vísperas de la fiesta de su pueblo y así como de otros pueblos aledaños; para otras artesanas su producción se da todo el año, y otras no tienen un patrón específico de producción.

7.2.4. Descripción del proceso de producción artesanal: textil

Para el proceso artesanal de la producción textil, las artesanas adquieren el material en diferentes municipios: Coeneo, Cherán, Zacapu, Pátzcuaro, entre otros lugares.

El proceso textil global se compone de cinco fases, de éstas la cuatro es de gran importancia, puesto que en ella se desarrolla la habilidad de la artesana.

Diagrama 1. Proceso de producción artesanal (textil)



Fuente: Investigación propia, 2008

Descripción

1. *Selección de la materia prima*, el proceso de producción de la artesanía textil se inicia con el abastecimiento de los insumos o materia prima necesaria; dependiendo de la prenda se adquiere la materia prima necesaria.

2. *Elaboración del patrón de la prenda*, para el caso de nuevos diseños elaborados por el grupo, es necesario sacar el patrón, para los productos tradicionales tan solo es necesario medir la tela. Para el caso de las camisas, guanengos, blusas, bolsos, cinturones, porta celulares, ya se tienen patrones de diferentes tamaños, aunque puede variar dependiendo del ingenio de la artesana.

3. *Cortado/armado de la prenda*, en esta fase se corta y se arma la prenda

4. *Bordado/selección del diseño*, el bordado es de punto de cruz, se selecciona el diseño que es invención o creación de la artesana o de folletos, manteles, o artesanías que ya han reproducido otras artesanas de la localidad de Zipiajo.

5. *Lavado y planchado*, el lavado de las prendas se realiza con cuidado, y después se plancha

7.2.5. Dificultades de la producción artesanal

Las artesanas consideran que debido a la poca práctica, en la producción textil, en la fase de corte y diseño del patrón para algunas prendas de nuevos diseños (prendas que antes no producían las artesanas, conservando el bordado, por ejemplo, las camisas, cinturones, bolsos, entre otros), enfrentan mayores dificultades.

7.2.6. Materia prima y medios de producción: artesanía textil

Los materiales necesarios para la elaboración de textiles son variados dependiendo del tipo de artesanía, para ejemplificar lo anterior la tabla siguiente muestra la materia prima y los medios de producción artesanal; así mismo los precios y el lugar de venta.

Tabla 11. Materia prima y medios de producción

MATERIA PRIMA	FORMATO	PRECIO DE COMPRA	LUGAR DE COMPRA
Tela de Cocucho	Tela de diferentes colores	\$35.00 el metro	Pátzcuaro
Tela de marquize/cuadrille	Tela blanca de buena calidad	\$20.00 el metro	Coeneo, Zacapú y Zipiajo
Tela (mayorca)	Tela de cuadros pequeños en diferentes colores	\$120.00 el metro	Zipiajo, Cherán
Hilo (madeja)	Hilo de buena textura	\$48.00 la caja	Zipiajo, Zacau, Coeneo
Hilo (estambre)	Hilo de buena calidad	\$ 2.00 la bolita	Zipiajo, Zacapu, Coeneo
Agujas	Paquetes con diferentes calibres	\$10.00 el paquete de 10 piezas	Zipiajo, Zacapu, Coeneo
Aros	Diferentes tamaños y materiales	\$10.00 aros grandes	Zipiajo, Zacapu, Coeneo
Tijeras	Especiales para cortar telas	\$15.00 pesos	Zipiajo, Zacapu, Coeneo
botones para camisas	De formas diferentes	\$1.00 la pieza	Zacapu
maquina de coser		\$500.00	Financiamiento

Fuente: Investigación propia, 2008

La materia prima necesaria para la actividad textil, se resume en diferentes telas, hilos, aros, agujas, tijeras, botones y una máquina de coser.

La fuerza de trabajo, la proporciona la misma artesana y algún miembro femenino de la familia, ya que esta actividad es exclusiva de las mujeres.

Generalmente los espacios destinados a la actividad artesanal textil, son algunas habitaciones de la vivienda, los portales o el patio de la casa; las artesanas acostumbran bordar en el patio de la casa, de forma grupal, a nivel familiar, o con amigas en las calles de la localidad.

Debido a la estructura de los productos textiles, se tiene mayor facilidad para transportar las artesanías a los diferentes puntos de venta.

A nivel de la organización, las artesanas envían sus productos en el mismo medio de transporte que las artesanas de alfarería, a nivel individual, las artesanas se trasladan a las localidades por medio del transporte público, sin presentar dificultades hasta el momento.

CAPITULO VIII. COMERCIALIZACIÓN DE LA ALFARERÍA Y LOS TEXTILES

El análisis de la oferta y de la demanda de artesanías debe ser complementado por los diversos aspectos que conforman la comercialización del producto; así el estudio de la comercialización tiene como objetivo analizar lo que las artesanas hacen, lo que han hecho en el pasado y lo que mejor les conviene en cuanto al precio, canales y márgenes de comercialización.

En México, la información estadística sobre la comercialización de artesanías de la rama de alfarería es escasa y poco precisa, haciéndose necesario ampliar la información estadística con fines informativos para la toma de decisiones.

La rama de alfarería cuenta con una amplia gama de productos, calidades, tamaños y precios, y que, por sus características de fabricación, son considerados como artesanía.

8.1. Mercado de artesanías: rama alfarera y textil

El mercado para artesanías de las ramas alfarera y textil de la UMAZ es a nivel local y regional, este se caracteriza por ser sencillo, rudimentario y en algunos casos de corto alcance, pues tradicionalmente los productos son destinados a poblaciones rurales con usos y costumbres en el consumo de estas manualidades textiles y de barro.

8.2. Maneras de comercialización artesanal: textil y alfarero

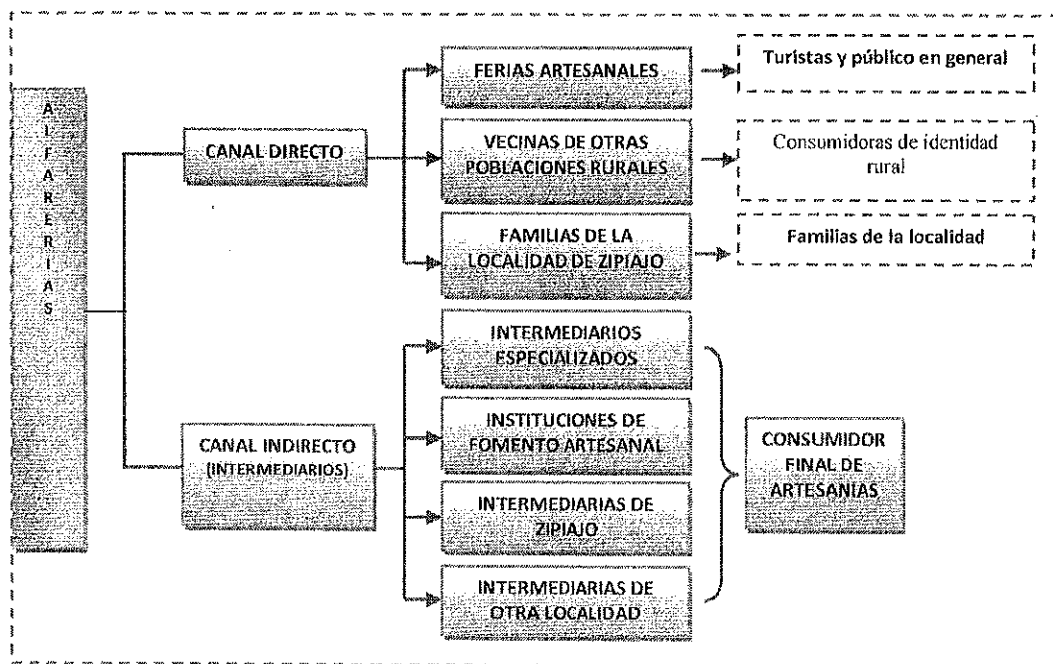
En la organización se identificaron tres maneras de comercialización que las artesanas de la UMAZ ponen en práctica: de acuerdo a la muy personal conveniencia de cada artesana, puede ser un uso combinado o centrado en una manera:

-
-
1. Quienes envían sus piezas a las ferias artesanales organizadas por instituciones de fomento artesanal, para la exhibición y venta; la mayoría de las artesanas ha enviado su producción a estos espacios, la limitante es que las oportunidades de enviarlas son ocasionales.
 2. Quienes venden los productos en sus viviendas, estas artesanas se dan a conocer mediante vecinas, o algún familiar que le transfiere a los clientes.
 3. Quienes salen del pueblo a “ranchar”, como ellas lo explican: salen a ofrecer sus productos a comunidades vecinas, caminan en las calles ofreciendo sus artesanías; en algunos casos pasan de una comunidad a otra, formando una ruta de comercialización.

8.3. Canal de comercialización: alfarería

En la figura siguiente se observan los agentes que participan en la comercialización de artesanías del grupo de alfareras, como son las artesanas, los compradores directos e intermediarios, y el consumidor final.

Diagrama 2. Canal de comercialización y distribución artesanal (alfarería)



Fuente: Investigación propia, 2008

Con base en la figura anterior, se presentan la siguiente estructura de los canales de comercialización que las artesanas alfareras han desarrollado:

8.3.1. Estructura de la artesanía de alfarería

8.3.1.1. Canales de comercialización directos

- *Ferias artesanales*, en este espacio los principales compradores son los turistas de la región, de otros estados, así como del extranjero.
- *Vecinos de otras localidades rurales*, generalmente son consumidores que comparten la misma identidad, utilizan el producto para el consumo.
- *Familias de la localidad*, son compradores de Zipiajo, compran comales y ollas de diferentes tamaños, para el uso diario en la cocina o para fiestas patronales.

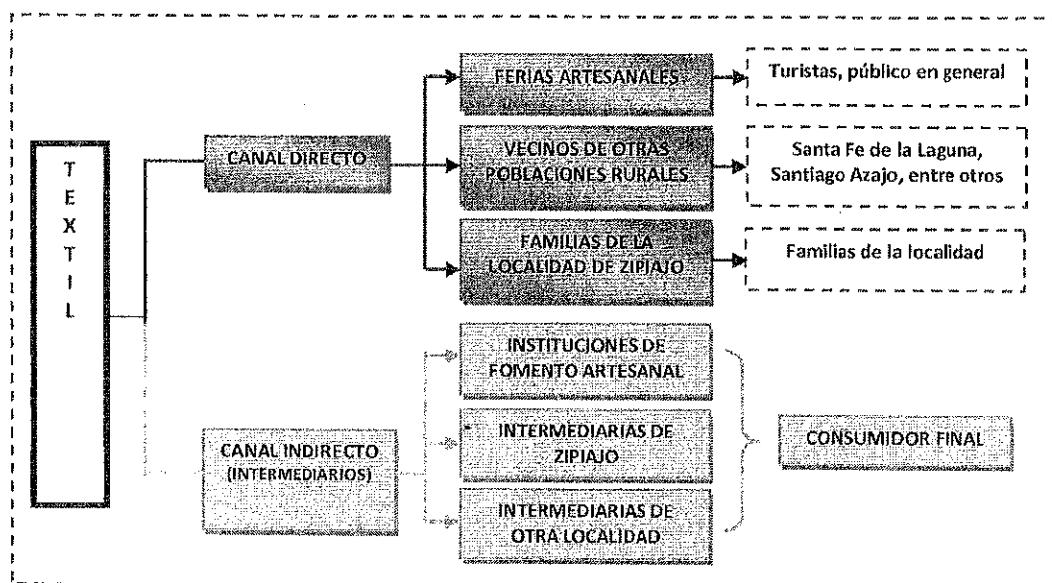
8.3.1.2. Canales de comercialización indirectos (intermediarios)

- *Intermediarios especializados*, se han identificado compradores de Huaniqueo, y los productos que adquieren, en su mayoría son los comales, y en menor proporción ollas de diferentes tamaños, estos distribuyen la producción en otras poblaciones.
- *Instituciones de fomento artesanal* (FONART, Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán, entre otras), estas instituciones se caracterizan porque generan otros canales de comercialización a nivel nacional e internacional. Desde la visión de las artesanas de la “UMAZ”, las instituciones son compradores esporádicos, generalmente compran los productos artesanales de manera solidaria. La relación comercial se da entre la líder de la organización y representantes de las instituciones gubernamentales. La líder es quien generalmente ofrece sus productos textiles y alfareros, acordando precios “justos” (esto considera la representante de la organización). Anteriormente la compra que realizaban las instituciones de fomento artesanal eran los productos alfareros, en la actualidad se están comercializando con éxito los nuevos productos del grupo textil, principalmente las camisas para caballero.
- *Intermediarias de la localidad de Zipiajo*, compran el producto a varias artesanas y salen a sus rutas tradicionales de comercialización. Las intermediarias son artesanas de la organización y de mujeres externas a la organización, que se especializan en comercializar textiles o productos alfareros, esto es a su elección.
- *Intermediarias de otras localidades próximas a Zipiajo*, son personas que compran productos en baja escala para poner a la venta la producción en sus localidades.

8.4. Canal de comercialización textil

Los agentes que participan en la comercialización de artesanías del grupo de textil, se muestran en la siguiente figura:

Diagrama 3. Canal de comercialización y distribución artesanal (textil)



Fuente: Investigación propia, 2008

8.4.1. Estructura de la artesanía de textil

8.4.1.1. Canales de comercialización directos

- *Ferias artesanales*, en este espacio los principales compradores son los turistas de la región, y también de otros estados y del extranjero.
- *Vecinos de otras localidades rurales*, son consumidoras que comparten la misma identidad étnica, las prendas que compran son mandiles y “guanengos”, principalmente.
- *Familias de la localidad*, son compradoras de mandiles, en ocasiones la relación con la vendedora es “por encargo”, las artesanías cobran solamente la fuerza de trabajo, la compradora proporciona toda la materia prima.

8.4.1.2. Canales de comercialización indirectos (intermediarios)

- *Instituciones de fomento artesanal* (FONART, Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán, entre otras), Estas instituciones se caracterizan porque generan otros canales de comercialización a nivel nacional e internacional. Desde la visión de la líder de la organización la Casa de las Artesanías de Michoacán, en la actualidad se ha convertido en un comprador fijo, para los productos de textil, principalmente las camisas, entre otros diseños.
- *Intermediarias de la localidad de Zipiajo*, son compradoras de mandiles, y salen a diferentes rutas a vender los productos que recaban. En ocasiones se llevan la producción artesanal a sus rutas de venta y a su regreso realizan el pago a las artesanas.
- *Intermediarias de otra localidad*, son personas que comparten la misma identidad étnica, los productos que compran son los mandiles, algunas compradoras realizan la compra “por encargo” y en determinada fecha recogen la producción. Otras artesanas salen a comunidades vecinas a ofrecer sus productos (mandiles) a intermediarias que cuentan con locales, en ocasiones estas salidas se deben a necesidades económicas inmediatas de las artesanas.

8.5. Estrategias de organización para mejorar la comercialización

A nivel de la UMAZ, las artesanas han emprendido diversas estrategias organizativas y de comercialización, con la finalidad de que exista un beneficio para todas las artesanas que son socias de la Unión y mejorar sus ventas. Los siguientes puntos son algunas de las estrategias que hasta la fecha han manejado las artesanas:

-
-
- La asistencia y participación en los concursos de las ferias artesanales que organizan las instituciones de fomento artesanal. Las ferias son espacios donde las artesanas pueden dar a conocer su producción.
 - Innovación en la producción artesanal textil y alfarera, con la finalidad de satisfacer necesidades y gustos de compradores cautivos o ajenos a su identidad étnica, de esta forma tratar de incrementar la venta de sus productos artesanales.
 - Promoción de la localidad de Zipiajo, mediante trípticos informativos de la organización y de los productos artesanales que elaboran.
 - Creación de un espacio de venta y exhibición artesanal en la localidad de Zipiajo
 - Creación de una marca para sus productos artesanales, con la finalidad de mostrar la autenticidad de sus artículos y el reconocimiento de los mismos.
 - Manejo de un fondo de ahorro, con fines de reinversión en la compra de materia prima.
 - Creación y manejo de una zapatería, con la finalidad de obtener más recursos económicos para la UMAZ.
 - La relación con instituciones de fomento artesanal, mismas que han sido parte importante en el ascenso que ha tenido la organización en la comercialización, mediante capacitaciones en la innovación artesanal, generadores de espacios para la venta de sus productos, entre otros.

Las estrategias anteriores han sido importantes para que la actividad artesanal de la UMAZ permanezca; los avances buscan el bienestar de las artesanas. Por lo anterior, se ve la necesidad de mejorar las condiciones de las artesanas mediante políticas bien

definidas y aplicables para estas artesanas de Michoacán, ya que por décadas han permanecido invisibles dentro del desarrollo de la mujer rural, pese a programas y lineamientos que supuestamente van dirigidos a los y las artesanas.

A nivel individual los volúmenes de producción y comercialización que manejan las artesanas son variables, propios de la unidad familiar. Desafortunadamente no se cuenta con cifras exactas de volúmenes de artesanías comercializadas por la UMAZ, pues las artesanas en su mayoría no llevan registros detallados de su producción y comercialización; esto se debe principalmente a la dificultad en su manejo.

A nivel de su propia organización, las artesanas alfareras envían poca o nula producción para la venta en los diferentes puntos externos a la población, algunas no envían piezas, ya que se ha establecido la rotación en el envío de sus productos, esto ha creado desacuerdo entre las artesanas que no han obtenido los beneficios grupales. Una artesana comenta su experiencia:

“Hay muchas compañeras que no mandan sus ollas o comales a las ferias, porque el camión lo llena una sola compañera, ella nos compra en crudo, ya sólo las quema, nos las paga más baratito, a algunas si nos conviene, yo no puedo salir por mis hijos y ella nos hace ese favor de comprarlas, pero no a todas, por eso muchas ya no envían nada y eso no es muy bueno, porque todas estamos necesitadas, pero que le vamos a hacer si no todas sabemos andar fuera” (Artesana alfarera, 2008).

El testimonio anterior hace alusión a la problemática que enfrentan las artesanas a nivel individual al tener que dar su producto a un intermediario a un precio muy bajo, y la reducción de sus ventajas para enviar la producción a las ferias artesanales, ya que es en estos espacios, donde se consiguen los mejores precios de comercialización. Adicionalmente podemos ver que la organización no está funcionando en todos sus niveles, de forma equitativa en cuanto a los beneficios.

En este sentido, la artesana es una productora que cede su producción por un precio inferior a su valor real, en algunos casos ellas no recuperan los costos de producción, y aún así, no dejan de vender, ya que algunas de ellas viven al día, y las necesidades económicas son múltiples y apremiantes.

Lo anterior permite afirmar que la rotación que se ha establecido para enviar la producción artesanal a los diferentes puntos de venta, no ha sido la opción óptima para algunas artesanas.

8.6. Empaque y transporte de la producción artesanal

8.6.1. Caso de alfarería

El embalaje para el transporte de la mercancía es muy rudimentario, las ollas chicas se empalman y se colocan en un costal, las ollas grandes se envuelven con cobijas para evitar fracturas, los comales se empalman en cajas reglamentarias de madera con papel entre un comal y otro, las figuras se envuelven con papel higiénico y se colocan en cajas de cartón. Por la fragilidad de estas artesanías es difícil el manejo de la producción para el transporte.

A nivel de la UMAZ el transporte de la producción artesanal, desde la comunidad a su punto final, se realiza por flete terrestre en camiones de instituciones gubernamentales o camiones que la organización contrata para tal efecto.

A nivel individual el transporte se realiza por medio de un animal de carga, o en su defecto las artesanas o su cónyuge se cargan en la espalda la producción, y salen a

localidades vecinas u otras más lejanas a ofrecer sus mercancías. Con respecto a esto opina una alfarera:

“Cuando tenía más valor [fuerza física] mi esposo y yo salíamos a muchos pueblos y ranchos, mi esposo llevaba su burro y le cargaba dos cajas con los comales, y yo me llevaba las ollas cargadas en la espalda, aunque el aún sigue saliendo solo a vender lo que yo hago, aunque ya somos de edad” (Artesana entrevistada, 85 años).

8.6.2. Caso de textil

La artesanía textil es la más fácil de empacar y transportar, por su condición material, son productos que se doblan fácilmente y no hay peligro de pérdidas por deterioro de las prendas durante el traslado.

8.7. Problemas de comercialización artesanal

8.7.1. Problemas de comercialización en la alfarería

Las artesanas alfareras han enfrentado distintos problemas para comercializar sus productos, como se expresan en los siguientes puntos:

- El 6% de las artesanas consideran que los medios de transporte son insuficientes para el traslado de sus productos. A nivel de la UMAZ, este aspecto es una limitante, ya que no todas las artesanas de esta agrupación pueden enviar su producción a las distintas ferias artesanales. Esta situación refleja una limitante para las artesanas en su conjunto, puesto que es necesario pagar fletes, lo que implica que los costos de transacción se eleven.
- El 13% de las alfareras considera que sus ventas han disminuido, debido a los cambios en los gustos de los compradores, ya que prefieren productos que han venido

sustituyendo fuertemente a los enseres de barro. Esta situación puede generar la desincentivación de las artesanas para la producción artesanal.

- El 50% opina que los precios que obtienen por la venta son bajos, y el trabajo que se realiza es muy pesado. La problemática anterior es la más apremiante dentro de la agrupación, ya que, las artesanas no obtienen ni los costos de inversión.

- El 38% afirma que no ha tenido problemas para la venta de sus productos, ya que consideran que aún hay personas que utilizan enseres de barro, principalmente personas de su misma identidad étnica, y turistas que les dan un uso diferente para el que originalmente se crearon (Ver gráfica 30).

Los problemas anteriores reflejan una situación generalizada en el estado de Michoacán, pese a los apoyos institucionales, los cuales no han sido los adecuados; además de que vivimos en una sociedad cambiante.

A continuación se presenta el testimonio de una artesana alfarera, referente a los problemas que enfrenta para comercializar sus artesanías:

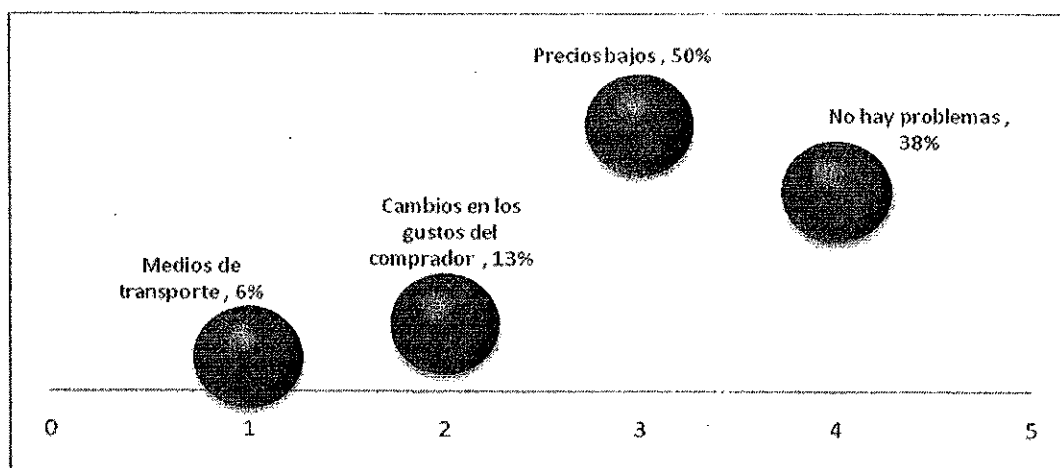
“Yo empecé a salir a vender las artesanías desde chiquita, aprendí con mis abuelitos, ellos me hacían una carga, llegábamos a nuestro municipio (Coeneo), apenas llegábamos y ya estábamos vendiendo, es que antes se vendía muy bien, nos pagaban bien, hasta “los de razón”¹² compraban mucho, y ahora, los que son como nosotros, tampoco compran mucho, porque prefieren las ollas de peltre y los comales de lámina, ahora no se vende bien porque no pagan lo justo y este trabajo es muy trabajoso, ójala no se pierda esta herencia [tristeza] porque las muchachas ya no quieren aprender este oficio, porque dicen que se ensucian ”.

El testimonio anterior, indica que hay una relación con los cambios en los gustos, no se está dando un valor económico adecuado a la producción artesanal, y su función

¹² Personas mestizas

cultural está perdiendo fuerza entre las personas que utilizaban este tipo de enseres en su cocina.

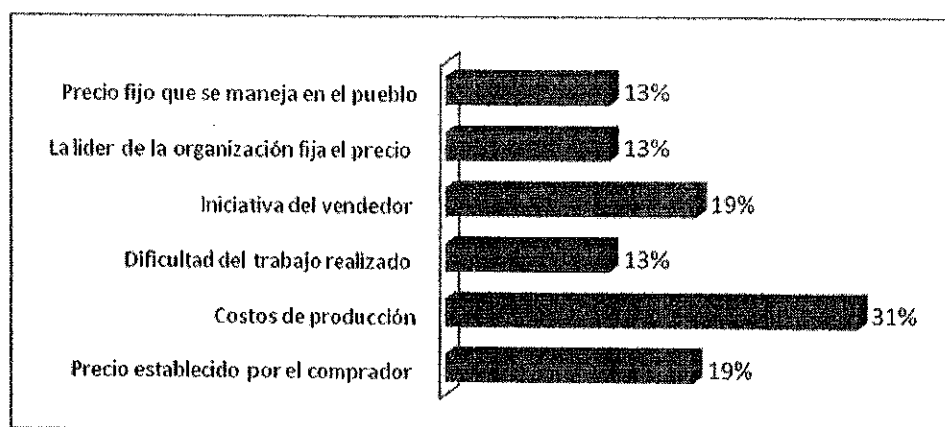
Gráfica 30. Problemas de comercialización



Fuente: Investigación propia, 2008

Para la fijar precios a los productos, las artesanas generalmente los evalúan de forma cualitativa, por los siguientes indicadores (Ver gráfica 31).

Gráfica 31. Criterios para fijar precios al producto artesanal



Fuente: Investigación propia, 2008

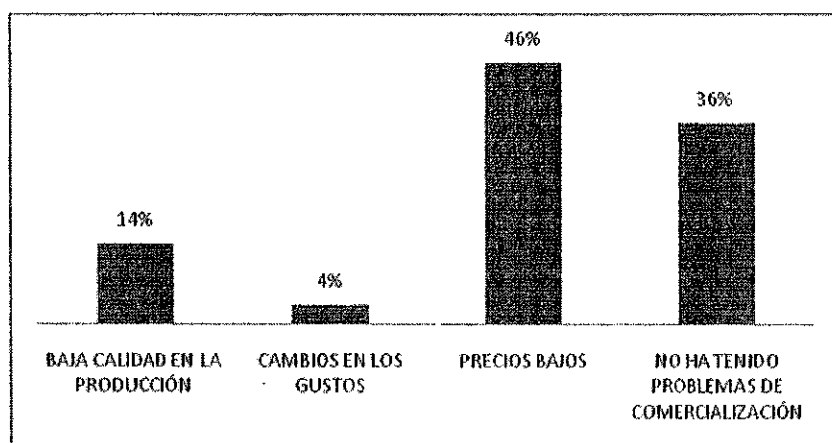
La gráfica anterior indica que el 13% de las artesanas fijan el precio a su producto con base en los precios fijos que se manejan en el pueblo, el 13% acepta el precio que la líder de la organización propone, el 19% fija un precio variable conforme a las condiciones del comprador, el 13% fija el precio por la complejidad de la obra, el 31% maneja el precio con base en los costos de producción, y el 19% es un tomador de precios.

En el grupo de alfarería, el 50% de las artesanas ha salido a las ferias artesanales para apoyar en la exhibición y venta artesanal, el otro 50% no ha salido a las ferias, argumentando el tener que cuidar a sus hijos, atender el hogar, lo que les demandan muchas horas de trabajo, y les imposibilita salir de su hogar, otras explican que el “machismo” es una limitante para que las mujeres salgan libremente a comercializar la producción artesanal, y otras más afirman que no les gusta salir a los eventos que se realizan fuera de Zipiajo.

8.7.2. Problemas de comercialización en los textiles

Las artesanas de textil se han enfrentado a los siguientes problemas que limitan la comercialización: la baja calidad en la producción (14%), los cambios en los gustos de los compradores (4%), precios bajos (46%), y el 36% no ha tenido problemas en la comercialización (Ver gráfica 32).

Gráfica 32. Problemas de comercialización del grupo textil



Fuente: Investigación propia, 2008

La gráfica anterior indica que en el mercado de textil los problemas que se presentan con mayor frecuencia son: la baja calidad en el producto final, ya que las artesanas reconocen que el terminado de algunas de sus piezas no es el mejor; los cambios en los gustos de los consumidores, son un efecto que las artesanas han enfrentado mediante estrategias en torno a la innovación en la producción; los precios bajos, en este sentido las artesanas consideran que los consumidores no valoran su trabajo, lo que ha provocado que en repetidas ocasiones regalen su fuerza de trabajo, ya que es la única opción para que su producto se venda; y respecto a las artesanas de textil que no han tenido problemas en la venta de sus productos, la razón es que actualmente están elaborando una gama más amplia de productos que satisfacen los diversos gustos de los consumidores, hay otras que ya cuentan con clientes que compran sus productos estacionariamente.

Para la fijar los precios de sus productos, las artesanas de textil generalmente los evalúan por los siguientes aspectos: en referencia a los niveles de costos de inversión, naturaleza y tipo de trabajo realizado (complejidad/tiempo), precios predominantes en la

localidad, precios fijados por la líder de la organización y precios fijados por iniciativa de la vendedora.

Los aspectos anteriores indican que las artesanas eligen la manera en que fijaran los precios a sus productos; para el caso de las artesanas que no toman en cuenta todos los costos que incurren en la producción, están destinadas a vender sus mercancías a un valor inferior del real; algunas artesanas están conscientes que están regalando su trabajo, pero no tienen otra alternativa, porque la finalidad es vender a expensas de obtener ganancias.

En comparación con la alfarería en donde interviene el hombre, en el grupo de textil a nivel organizacional e individual la responsabilidad de comercialización es de la artesana, de algún familiar (que es generalmente una mujer), y de la líder de la organización. Se puede afirmar que la responsabilidad de comercializar la producción es exclusiva de las mujeres, por ser productos que se consideran “hechos por mujeres”.

Para el caso de la comercialización en las ferias artesanales, a nivel de la UMAZ se observa que las artesanas se han hecho dependientes de la líder de la organización, ya que algunas de ellas se han vuelto apáticas a las acciones de la organización para la comercialización.

VIII. CONCLUSIONES

A lo largo de estos capítulos se ha presentado por distintos aspectos y contextos a la UMAZ. Se analizó sus maneras de organización en el interior de la agrupación, su manera de producción y lo que implica en este ámbito, hasta la comercialización existente en la organización de artesanas. Para el análisis de los elementos anteriores, se incorporó la perspectiva de género al conjunto de la investigación.

Del proceso de investigación documental y de campo, así como del análisis de la información obtenida, surgieron las siguientes conclusiones:

La actividad artesanal que desempeñan las mujeres rurales e indígenas en Michoacán, es importante para el desarrollo de la unidad familiar, además de que esta actividad revela la existencia de un conjunto de estrategias de reproducción en el interior del núcleo familiar, aunque esto representa que la mujer rural asuma nuevos roles que intensifican la fuerza de trabajo; adicionalmente genera desafíos, saberes, espacios, y responsabilidades.

En el presente estudio se ha encontrado que, en la unidad doméstica familiar, referente al trabajo, las mujeres rurales han ocupado una posición subordinada y el trabajo que realizan no es “reconocido” tanto social como familiar, aún cuando trabajan realizando las mismas actividades que los hombres y adicionalmente otras que las han marginado.

La actividad artesanal para las mujeres de la UMAZ es una ocupación que se transmite de generación en generación, en donde las niñas aprenden el oficio desde pequeñas junto con la abuela, madre o alguna amiga, para el caso de la producción textil

es un oficio exclusivo de las mujeres, y para la de alfarería se observa que en alguna fase del proceso productivo se obtiene el apoyo del cónyuge o hijos, principalmente en el abastecimiento de la materia prima (abastecimiento de leña, barro, arena, tzurumuta, entre otros).

En cuanto a la organización en los tiempos para realizar su oficio, las artesanas no están sometidos a algún compromiso pese a que se encuentren inmiscuidas en una organización, las artesanas organizan sus actividades artesanales de acuerdo a las prioridades ocupacionales en el interior de la unidad familiar (cuidado de los hijos, preparación de alimentos, actividades del hogar, actividades agrícolas, entre otras), algunas de ellas trabajan con base en el calendario agrícola de la localidad, de las fiestas patronales en la localidad, de las ferias, concursos artesanales, entre otros.

Aunado a lo anterior, para las mujeres artesanas de Zipiajo la actividad artesanal es una estrategia que emplean para obtener ingresos para apoyar económicamente a su familia; generalmente el trabajo artesanal se intensifica en la “estación muerta”, aunque los patrones de producción pueden variar, dependiendo de las facilidades que tengan las artesanas en el interior del núcleo familiar, ya que algunas intensifican su producción en vísperas de las fiestas patronales de la localidad, en salidas a ferias artesanales, y otras por las necesidades económicas inmediatas en el núcleo familiar; la mujer artesana ha tenido que apoyar a su cónyuge en la generación de ingresos, ya que los que él genera, no son suficientes para satisfacer las necesidades familiares.

Lo anterior ha provocado que las mujeres de Zipiajo generen estrategias en cuanto a su oficio, de forma individual o a nivel organizacional; es común que las artesanas

generen cambios en su producción artesanal, en la materia prima utilizada, en los diseños, y en el uso original de las artesanías, con la finalidad de asegurar la venta de sus productos, adicionalmente, las artesanas se unen a organizaciones locales, buscando acceder a financiamientos institucionales y capacitaciones, con la finalidad de mejorar la comercialización de sus productos.

La organización del trabajo artesanal en el grupo estudiado se realiza en el ámbito familiar, donde colaboran de dos a tres mujeres: madres-hijas, suegras-nueras, entre hermanas o de forma individual, con poca o nula participación del hombre, esto debido a que la producción textil y alfarera en la localidad de estudio es exclusiva de la mujer.

En el presente estudio se encontró que la actividad artesanal de la mujer rural día con día pasa de ser una actividad complementaria a una actividad principal, y único sustento familiar, en donde las mujeres asumen la responsabilidad de sostener económicamente a su familia con los ingresos que obtiene de la venta de sus artesanías, situación que se vuelve frecuente en mujeres abandonadas y viudas.

La participación de las mujeres indígenas en agrupaciones u organizaciones locales ha contribuido a hacerlas visibles en el interior de sus comunidades y fuera de estas, con el municipio o el orden de Gobierno Estatal, pero esto no implica que sean consideradas como sujetos reales de políticas sociales.

Generalmente las organizaciones artesanales de los espacios rurales, son promovidas por instituciones de fomento artesanal, es común que, los lineamientos, principalmente de constitución de la organización, deben estar acordes a los requerimientos de las instituciones gubernamentales, de lo contrario se dificulta el acceso a recursos destinados a organizaciones rurales.

La forma en que las artesanas de los espacios rurales comercializan sus productos depende de las facilidades para moverse a otras regiones, de las relaciones sociales que van generado diversos canales de comercialización. La producción artesanal para la comercialización, esta en función de los ciclos de producción agrícola, los ciclos culturales y religiosos de sus principales puntos de venta, y de la misma localidad, lo que nos lleva establecer un ciclo de producción artesanal que se va implantando estratégicamente.

La venta de artesanías, esta encabezada por las mujeres para el caso de las artesanías textiles y para la alfarería es minoritaria la participación de los hombres. Se tiene una gran variedad de formas de comercialización, y va desde la venta directa en las localidades ya sea por encargo o alguna otra forma, a intermediarios que trabajan mediante encargos de algún producto artesanal en especial, a turistas en ferias artesanales, hasta instituciones de fomento artesanal y en algunos casos no se comercializan, ya que son para el autoconsumo.

En la actualidad las artesanas de Zipiajo han emprendido ideas y sugerencias para mejorar la comercialización, por ejemplo la innovación en sus diseños, el registro de una marca colectiva para sus productos. Se ha generando una gama de productos que demandan los consumidores ajenos a su cultura, sin dejar de producir para el mercado regional y en especial para personas que comparten su etnia. Los productos artesanales que se obtienen a partir de las innovaciones, son el resultado de la fusión de técnicas manuales tradicionales y los nuevos diseños que facilitan su comercialización. Aunque el proceso anterior no es una generalización para las mujeres artesanas, ya que no todas

tienen los mismos beneficios, acceso, habilidad, y visión para mejorar la comercialización.

Estas transformaciones en la producción para incrementar la comercialización han sido causadas por los consumidores, así como las instituciones provisoras de capacidades en la innovación en diseños artesanales, en donde la producción se va transformando. En algunos casos las artesanas son las que promueven algunas innovaciones que son aceptadas y difundidas por quienes consumen los productos artesanales.

Por esta razón, parte de los diseños de las mujeres artesanas que se ofertan en los mercados regionales y locales esta relacionada con la vida cotidiana de las comunidades de la región, pero también a manifestaciones culturales asociados a la cultura de los Michoacanos, este es el caso de las danzas y de los trajes típicos.

Así es como comienza una época en la que la producción artesanal se orienta a nuevos consumidores, satisfaciendo nuevos gustos estéticos, sin dejar de producir lo tradicional que es consumido por los compradores que se identifican con la producción, que en su mayoría son pueblos indígenas de la región, que aún conservan su indumentaria tradicional.

Por lo tanto, es necesario que se consideren a las mujeres rurales e indígenas en las políticas estatales como sujetos en los diferentes procesos de desarrollo, en donde las acciones sean coherentes y aplicables a las realidades que viven las mujeres, tomando en cuenta su cultura, y evitando afectar lo menos posible sus formas de organización social, evitando la dominación institucional.

IX. RECOMENDACIONES

Una vez que la UMAZ ha recorrido un camino de crisis y logros, resulta evidente la necesidad de presentar las siguientes recomendaciones:

De tal suerte es necesario que a nivel de la organización se realicen acciones concretas en aspectos de capacitación a las artesanas sobre aspectos de organización, innovación en la producción, estrategias de comercialización, con la finalidad de obtener precios justos para las artesanías y nuevos espacios para la comercialización de artesanías.

Es necesario redefinir los objetivos colectivos, generar normas o reglas de acción e implementar estrategias que mejoren el ambiente de trabajo, con la finalidad de asegurar la permanencia de la organización en el mercado. Además es necesario considerar la posibilidad de que ingresen nuevas artesanas a la Unión, pues actualmente el número de socias se ha reducido sustancialmente para el caso de las alfareras.

A su vez se recomienda establecer alianzas entre organizaciones artesanales de la región de Michoacán para mejorar la competitividad, y la capacidad de oferta a mercados mayores.

En cuanto a la producción es urgente el acondicionamiento de espacios exclusivos para la producción de artesanías de barro, debido a los cambios de las estaciones del clima, ya que en temporadas de lluvia se dificulta el trabajo en partes del proceso productivo, principalmente en la quema.

Es necesario generar estrategias de cambio tecnológico en la producción, orientadas hacia la creación de herramientas que sean de útiles para las artesanas, evitando los cambios drásticos que generar dificultades dentro de la unidad doméstica.

Es necesario investigar y contar con información actualizada sobre las tendencias de mercado, el análisis de precios y costos de producción, los movimientos de la competencia, y nuevos nichos que emergen. Lo anterior debido a la falta de información de mercados en las áreas rurales, de esta manera se generaría beneficios directos a las artesanas.

Es necesario que la UMAZ busque un mecanismo para financiarse en la adquisición de un medio de transporte, con la finalidad de reducir los costes de transacción.

Las instituciones que se han enfocado al apoyo de la producción artesanal, deben contar con estrategias hacia actores locales, impulsando y desarrollando capacidades en las organizaciones con las que trabaja, deben manejar enfoques reales y coherentes, además de metodologías de trabajo adecuadas para el trabajo en las áreas rurales e indígenas. Por lo tanto es necesario que se fortalezcan las relaciones entre organizaciones de mujeres indígenas con instituciones gubernamentales.

Es necesaria la reformulación de la política artesanal estatal que limite su intermediación y dote de capacidades a los y las artesanas para que sean los vendedores directos al consumidor final y así obtener precios justos.

En los espacios rurales se debe de seguir trabajando con las marcas colectivas, con la finalidad de defender la autoría de las piezas artesanales, diferenciarlas y establecer bases para manejar sistemas de calidad local.

Para el caso de artesanas que por sus condiciones de género no pueden vender sus productos al consumidor final, es necesario presentarles las oportunidades existentes en

los diferentes niveles de gobierno: municipal, estatal y nacional, así como los programas subsidiados de comercialización, si los hubiera.

Finalmente, es necesario que la actividad artesanal sea de forma sostenida, es decir que las futuras generaciones tengan acceso a los recursos naturales utilizados en la producción artesanal. Ante estos acontecimientos es preciso que las instituciones apoyen en la adquisición de la materia prima a las y los artesanos y los doten de conocimientos para el manejo adecuado de algunos recursos naturales.

XI. BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Valerio y Víctor A., 1998. "El rol de la mujer al interior del grupo familiar indígena de Michoacán". En: Gonzáles y Núñez (Coord.), *Mujeres, Género y Desarrollo*. Morevallado Editores. Morelia, Mich.
- Aceves R., 2001. "El campo que nos tienen prometido". Notas para una nueva agenda para la organización económica del medio rural; *Rev. Estudios Agrarios*; págs. 83-132.
- Appendini K., B. de la Tejera y R. García B.; 2003; *La seguridad alimentaria en México en el contexto de las nuevas relaciones comerciales internacionales*, En: De la Tejera B. (coord.); *Dimensiones del desarrollo rural en México: Aproximaciones teóricas y metodológicas*; UACH-CIDEM-SUMA; México. Págs. 53-76.
- Ayala E. José; 1996. *Mercado, elección pública e instituciones. Una revisión de las teorías modernas del Estado*; Prefacio e introducción; UNAM-Porrúa; México; Octubre; pp. 25-29.
- Banco Mundial; 1998. *El Estado en un mundo en transformación: Informe sobre el desarrollo mundial 1997*; Washington, D.C. p. 21-43.
- Bartra, Armando; 1982. *La explotación del trabajo campesino por el capital*. Ed. Machehual, México.
- Carabias J. y E. Provencio; 1992. *La cumbre de Brasil*. Revista Nexos. pp: 49-53.
- Cazés, Daniel; 1998. *La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*. CONAPO-PRONAM. México, D.F. 1ra. Ed.

CEPAL; 1982. Economía Campesina y Agricultura Empresarial (Tipología de productores del Agro Mexicano). Editorial Siglo XXI Editores SA, México.

_____; 1999. Estrategias Campesinas Frente a la Crisis

Centro Nacional de Desarrollo Municipal; 1999. Gobierno del Estado de Michoacán
Enciclopedia de los Municipios de México, Michoacán.

Chayanov, Alexander V.; 1974. La organización de la unidad económica campesina, Ediciones Nueva visión, Buenos Aires.

Cochrane W., W.; 1957. The Marker as a unit of inquire in agricultural economics research. American Jornal Agricultural Economics.

De la Tejera B.; 1996. Organización, Modernización y Organización de Productores de Michoacán; UACH; México. Págs. 35-52.

De la tejera, et. al.; 2002. Las escalas de análisis: un reto para la investigación socio-ambiental en México, en Navarro L., V. Acevedo y O. García; Planeación y Desarrollo en México y Michoacán; UMSNH; págs.. 17-38.

Durston J.; 1976. Organización social de los mercados campesinos en el centro de Michoacán. México: Instituto Nacional Indigenista.

Espín Díaz, J.; 1999 Estrategias campesinas de sobrevivencia y de reproducción social de la población negra del Valle de Chota, Ecuador. En libro: Estrategia de seguridad alimentaria en América Latina y África. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. p. 440.

Disponible

en:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/africa/diaz.rtf>

Flores, Margarita y Rello Fdo.; 2002. Instituciones y Capital Social. Coed. CEPAL-UNAM-Plaza y Valdez, México.

Frans Geilfus; 2001. 80 Herramientas para el Desarrollo Participativo (diagnostico, planificación, monitoreo, evaluación). Publicada por INCA RURAL, SAGARPA, IICA. MEXICO.

FAO; 1995. Macroeconomía y políticas agrícolas: Una guía metodológica; FAO; Roma; pp. 43-58.

Flores O.V. y A. Mariña; 1999. Crítica de la globalidad/Dominación y liberación en nuestro tiempo; Fondo de Cultura Económica; México. Pag. 241-295.

García M., et. al., 2003. Teoría del Mercado de Productos Agrícolas, COLPOS, Programa de Postgrado en Economía, Carretera México -Texcoco Km. 36.5, Montecillos. Tex. Edo Mex.

Garza Mercado, Ario; 1972. Manual de técnicas de investigación. Edit. El Colegio de México. Segunda reimpresión. México, D.F.

Hernández Díaz, J., et al.; 2001. Artesanías y artesanos en Oaxaca: innovaciones de la tradición / Oaxaca, Oax., México : Instituto Estatal de Educación Pública de Oaxaca : CONACULTA : FONCA, 255 p.

IMEDER, et. al.; 2002-2003. Paquete Pedagógico Multidimensional-Planeación Participativa, MÉX. D.F.

-
-
- Ianni O.; 1990. Sociología de la globalización, en Ianni, Teoría de la globalización; edit. S XXI-CIIH/UNAM; México; págs. 159-173.
- Masera O., M. Astier y S. López; 2005. Sustentabilidad y manejo de recursos naturales. Grupo Interdisciplinario de Tecnologías Apropriadas GIRA. Mundi Prensa. Pátzcuaro, México. pp: 9-16.
- Muñante P.D.; 2001. Apuntes del Curso de Formulación y Evaluación de Proyectos. Universidad Autónoma Chapingo. México.
- Kerr Kate; 1990. Posibilidades económicas de las artesanías para el desarrollo rural, en particular en Indonesia, Ed. Departamento de Montes.
- Martínez y Mejía; 1997. La satisfacción de necesidades básicas. Estrategias en las organizaciones de mujeres rurales. En: Estrategias de sobrevivencia de las mujeres campesinas e indígenas ante la crisis. Colección Desarrollo Rural y Genero. Coord. Alberti y Zapata. COLPOS. México.
- Mayntz Renate; 1982. Sociología de la organización; Alianza Universidad; Madrid-España.
- Mendoza G. D.; 2002. Determinación y Análisis de los costos de producción de las artesanías (Textiles de algodón en telar de cintura) en el municipio de Santo Tomás Jalieza, Oaxaca. Tesis Profesional. UACH. Pags. 7-9.
- Moctezuma Yano, Patricia.; 2002. Artesanas y artesanías en el contexto de la globalización. En Artesanos y artesanías frente a la globalización: Zipiajo, Patamban y Tonalá. Ed. COLMICH-, El Colegio de San Luís-FONCA.

-
-
- Novelo V.; 2004. La fuerza de trabajo artesanal en la industria mexicana. CIESAS, D.F. / Cencadar. En: Simposio "La historia económica en la perspectiva arqueológico-industrial". Segundo Congreso Nacional de Historia Económica. La Historia Económica hoy, entre la Economía y la Historia. CU. 27-29 de octubre.
- Paz F.; 2003. La Economía Agrícola Mexicana ¿Sin campesinos?; UNAM. Págs. 123-176.
- Ramos M.; 1999. El peso de la tradición: Las alfareras de Amatenango del Valle, Chiapas, ante una evaluación de calidad, Artículo científico- tesis de maestría, Colegio de la Frontera Sur, México. P. 3-6
- Rivera, F.; 1999. Cambios en las estrategias campesinas de vida: El caso de salcedo Ecuador. En Libro Estrategias de seguridad alimentaria en América latina y África. CLACSO. Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires Argentina.
- Riggs, James L.; 1976. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN. Planeación, Análisis y Control. Ed. Limusa. México. Pp. 219-249
- Sabas Soto C.; 2007. Organización de la mujer para la comercialización de artesanías en Xochistlahuaca Guerrero. Tesis. Universidad Autónoma Chapingo. Programa: Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional. Morelia, Mich.
- Shanin, Teodor; 1974. Naturaleza y lógica de la economía campesina. Ed. Cuadernos ANA GRAMA, Barcelona.

-
-
- _____; 1979. Campesinos y sociedades campesinas. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- Stiglitz J.; 2002. El malestar en la Globalización; Taurus- Santillana; Madrid. Págs.: 27-48.
- Stolley de Gómez, Kirsten; 1992. La comercialización de la alfarería mexicana: estrategias, problemas y perspectivas. Hamburgo: Universidad de Hamburgo, p. 9-12.
- Turok, Marta; 1988. Cómo acercarse a la artesanía. Palaza y Valdez - SEP, México. 2001. p. 125-133.
- UNESCO; 2002. Mejores practicas de desarrollo local, economía territorial. Ed. Correo UNESCO. México.
- Valverde Sebastián y Monroy Eugenia; 2005. Producción doméstica, mercado y actividad artesanal en comunidades mapuches del sur de la provincia de Neuquén. En Cuadernos de Antropología Social N° 22, pp. 95–114.
- Zapata Martelo E., et. al.; 2006. Caminar por los tepetates: La visión de las mujeres de Hueyotlipan, Tlaxcala. COLPOS-Centro de Estudios de Desarrollo Rural-Área de género: Mujer Rural. Montecillo, Edo. México.
- Zarate V. G.; 2007. Estrategias campesinas de producción y comercialización de nopal y chicaro en la comunidad de San Juan Atzingo Estado de México: Hacia na propuesta agroecologica y de Desarrollo Local. Tesis. Universidad Autonoma Chapingo. Programa: Maestria en Ciencias en Desarrollo Rural Regional. Morelia, Mich.

<http://www.Sedesol.gob.mx/Fonart/Fonart4.htm>

http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_michoacan

http://www.cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=339

ANEXO I. CARACTERÍSTICAS DE LAS ARTESANIAS DE ALFARERÍA

CARACTERÍSTICAS DE LA ARTESANIA	MATERIAL	TAMAÑOS O DISEÑOS	CALIDAD (SEGÚN ARTESANA)	TIEMPO RELATIVO DE TRABAJO	PRECIO DE VENTA
1. Ollas de barro bruñido de diferentes tamaños con asa y sin asa. Elaborado totalmente a mano y con materiales naturales	Arena, barro, leña, olole, tzurumuta, estiércol de vaca, olole, piedra de mar, agua, fierro para raspar.	a) Ollas "frijoleras"	De buena calidad, son las que se venden más	10 a la semana-4 docenas en un mes	\$10.00, \$15.00 a \$20.00
		b) Ollas de una medida (mediana)	Utilizadas para poner nixtamal, cocer carne	15-25 ollas en un mes	\$20.00-\$30.00
		c) Ollas de dos medidas (grande)	Utilizada en las fiestas, de buena calidad	13-18 ollas en un mes	\$30.00, \$40.00
		d) Ollas de tres medidas	De buena calidad dependiendo de la artesana que la elabore	10-15 ollas en un mes	\$50.00
		e) Ollas de cuatro medidas	De buena calidad, sólo algunas artesanas elaboran estas ollas ya que son muy pesadas, muchas artesanas las dejan de producir por la edad	8 ollas en un mes	
		f) Ollas de cinco medidas	Ollas de buena calidad, difícil manejo, y las producen las artesanas más jóvenes	5 ollas en un mes	\$80.00-\$200.00 y \$250.00
		g) Ollas de 10 medidas	Ollas de difícil manejo ya que son pesadas, son utilizadas para las fiestas patronales en algunos pueblos indígenas		\$350.00
2. Comales de barro bruñido de diferentes tamaños, elaborados a mano y con materiales naturales	Arena, barro, leña, olole, tzurumuta, estiércol de vaca, olole, piedra de mar, agua, fierro para raspar, tierra colorada.	a) Comal mediano/ dos cuartas y media	Comal de buena calidad, utilizado para la elaboración de tortillas de maíz en el interior de la familia rural, para algunos casos el tamaño utilizado depende de el número de integrantes de la familia y de el espacio en la cocina, y el tamaño de la chimenea.	12 comales en un día	\$30.00-\$20.00, \$10.00 c/u (\$1.50 la docena)
		b) Comales de tres cuartas	Comal de buena calidad utilizado para cocinar y elaborar tortillas de maíz en el interior de la familia.	60 piezas en un mes / 5 docenas	\$18.00, \$30.00
		c) Comales grandes de 4 cuartas	Es un comal de buena calidad que se utiliza para la elaboración de tortillas en el interior de la familia rural	30 piezas o más en un mes	\$20.00, \$40.00, \$50.00, \$100.00
		d) Comal chico/ una cuarta	Este comal es de buena calidad y comercial dentro y fuera de la comunidad ya que se puede utilizar en la fogón y en la estufa		\$10.00-15.00
		e) Comal de una cuarta	Este comal es de buena calidad y comercial dentro y fuera de la comunidad ya que se puede utilizar en la		\$6.00

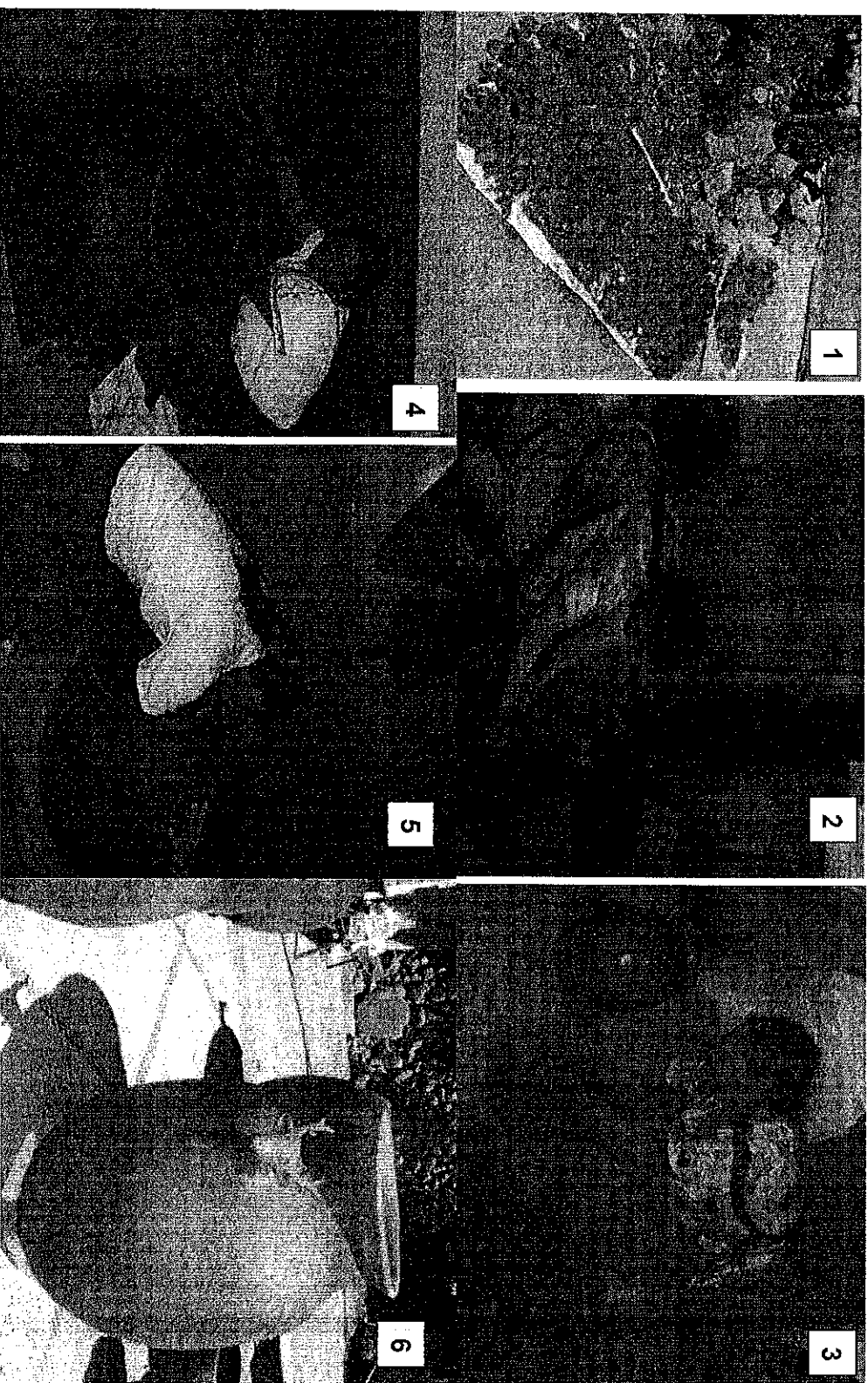
		f) Comal extra-grande de 6 cuartas	fogón y en la estufa		\$80.00
3. cajetes pequeños de barro bruñido, elaborado a mano	Arena, barro, leña, oloje, tzurumuta, estércoi de vaca, oloje, piedra de mar, agua, fierro para raspar.	a) Cajete chico b) Cajete mediano	No son muy bonitos, son un poco toscos, los cajetes chicos y medianos son utilizados para tapar las ollas y servir alimentos	2 en una semana 2 en una semana	\$3.00-\$5.00 \$10.00-\$12.00
4. macetas de barro bruñido	Arena, barro, leña, oloje, tzurumuta, estércoi de vaca, oloje, piedra de mar, agua, fierro para raspar.	a) Macetas medianas	Las macetas de buena calidad, toscas ya que son elaboradas manualmente, no se utilizan moldes	3 piezas en una semana 10 macetas en un mes	\$20.00 a 25.00 \$40.00
5. Salseras de varios diseños y tamaños	arena, barro, leña, oloje, tzurumuta, estércoi de vaca, oloje, piedra de mar, agua, fierro para raspar, clavos	a) Salsera diseño armadillo b) Salsera diseño manzana	Son productos de calidad ya que el terminado es fino, se han obtenido premios por estos productos en diferentes concursos artesanales		
6. figuras decorativas	Arena, barro, leña, oloje, tzurumuta, estércoi de vaca, oloje, piedra de mar, agua, fierro para raspar, papel, clavos	a) Juego de abuelo comerciando b) Tortuga c) Florero d) Armadillo	Son productos de calidad, utilizados para adorar, la calidad del acabado depende de la artesana	2 juegos en un mes 4 tortugas en un mes 4 floreros en un mes uno en 2 días	\$70.00 el juego \$40.00 c/u \$40.00 c/u \$50.00
7. frutero	Arena, barro, leña, oloje, tzurumuta, estércoi de vaca, oloje, piedra de mar, agua, fierro para raspar		Producto poco producido por las artesanas ya que no todas tienen la paciencia para realizar trabajos ornamentales		\$50.00
8. lapiceras	Arena, barro, leña, oloje, tzurumuta, estércoi de vaca, oloje, piedra de mar, agua, fierro para raspar		Trabajos incipientes, no existe una especialización por lo tanto la calidad del producto no es favorable		\$25.00

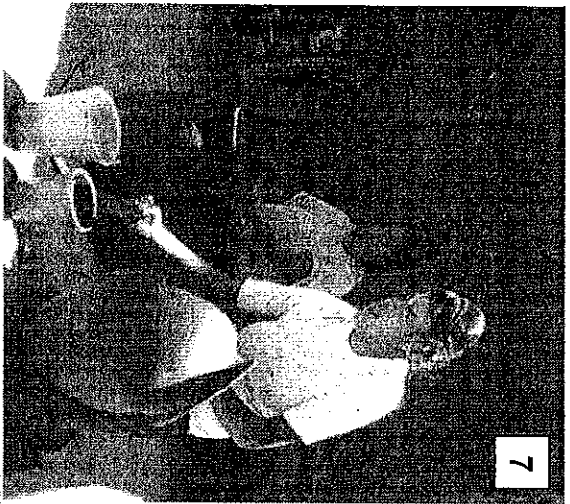
ANEXO II. CARACTERÍSTICAS DE LAS ARTESANÍAS DE LA RAMA TEXTIL

CARACTERÍSTICAS DE LA PRENDA	MATERIAL	CANTIDAD EN PESO	PRECIO COSTO \$	COSTO TOTAL	CALIDAD (SEGÚN ARTESANA)	TIEMPO RELATIVO DE TRABAJO	PRECIO DE VENTA
1. Camisa bordada en punto de cruz para caballero, manga larga en talles chico, mediana y grande.	Tela de "Cocuchio"	3-3 1/2 metros para una camisa talla M	\$ 32.00 el metro	\$112.00	Buena calidad de la tela, combinación de colores, terminación del trabajo de calidad	1-2 semanas	\$350.00
	Hilo de madeja en diferentes colores	7 madejas	\$3.00 c/u, \$48.00 la caja	\$21.00			
2. Guanengo (blusa bordada en punto de cruz, de uso tradicional de las lugareñas purépechas), se manejan diversos diseños en el bordado además de la combinación de colores	Tela de Cocucho	1 1/2 metro	\$32.00 el metro	\$46.00	El terminado del producto es de calidad ya que es hecho totalmente a mano, el diseño es sencillo	15 días a 1 mes	\$350.00
	Hilo de madeja en diferentes colores	20 madejas	\$48.00 la caja	\$48.00			
	Tela de Cocucho	1 1/2 metros	\$32.00 el metro	\$46.00			
3. Blusas bordadas en punto de cruz, cuello redondo					Los diseños son sencillos, la calidad de la blusa es buena	1 semana	\$175.00
	Hilo de madeja	3 madejas	\$3.00 c/u	\$9.00			
	Tela de Cocucho	1/2 metro a 1 metro	\$32.00 el metro	\$16.00			
4. Bolsas de diferentes modelos en la forma y en el bordado de punto de cruz, diferentes tamaños					Diseños de calidad, a los compradores les gusta los diseños	15 días	
	Hilo de madeja	5-9 madejas	\$3.00 c/u	\$27.00			
	Tela de Cocucho	1/2 metro	\$32 el metro	\$16.00			
5. Cinturon para dama bordada en punto de cruz					Trabajo innovador	3 días	
	Hilo de madeja en diferentes colores	2 madejas	\$3.00 c/u	\$6.00			
	Tela de Cocucho	\$32.00 el metro	1 metro	\$32.00			
6. Cortata para caballero, bordada en punto de cruz					No todas las artesanas saben hacer este producto, el trabajo es de calidad, innovador	3 días	\$70.00

	Hilo madeja	1 madeja	\$3.00c/u	\$3.00		
	Tela de Cocucho	\$32.00 el metro	1/2 metro para 6 porta celulares	\$16.00		
7. Porta celular, bordada en punto de cruz	Hilo madeja	\$3.00c/u	2 madejas para un portacelulares	\$36.00		\$30.00-\$50.00
	Tela de Cocucho	\$32.00 el metro	1/2 metro para 6 porta lentes	\$16.00		
8. porta lentes, bordados en punto de cruz	Hilo madeja	\$3.00c/u	2 madejas	\$32.00	Trabajo de calidad	1-2 dias \$30.00-\$60.00
	tela marquise/cuadrille	\$20.00 el metro	Dependiendo del tamaño que se desee hacer	\$10.00		
9. servilleta en punto de cruz	Hilo de estambre	\$2.00 la bolita	9 bolitas	\$18.00	Trabajo de calidad	4 dias Depende del tamaño y diseño del bordado
	Tela mayorca	\$120.00 el metro	1/2 metro	\$60.00		
10. Mandil bordado en punto de cruz chica en varios tamaños y diseños	Hilo anchor	\$130.00 la caja	8-11 bolitas	\$130.00	Trabajo de calidad	1-3 meses \$1,000.00-\$2,000.00

ANEXO III. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LOS ENSERES DE BARRO





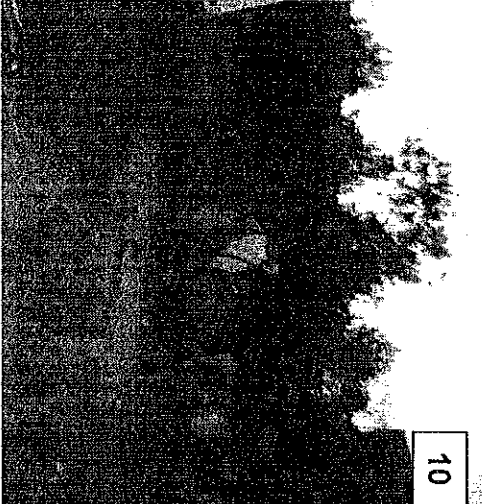
7



8



9



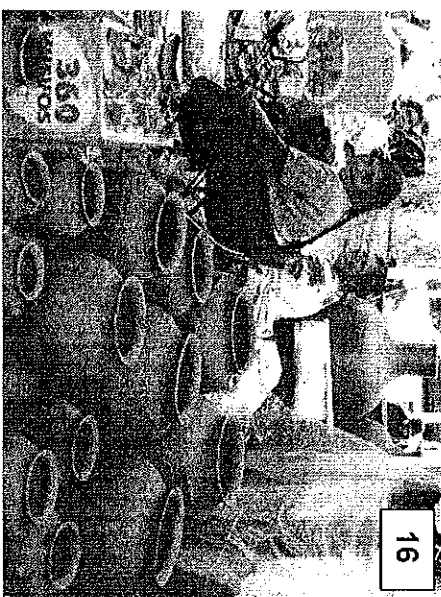
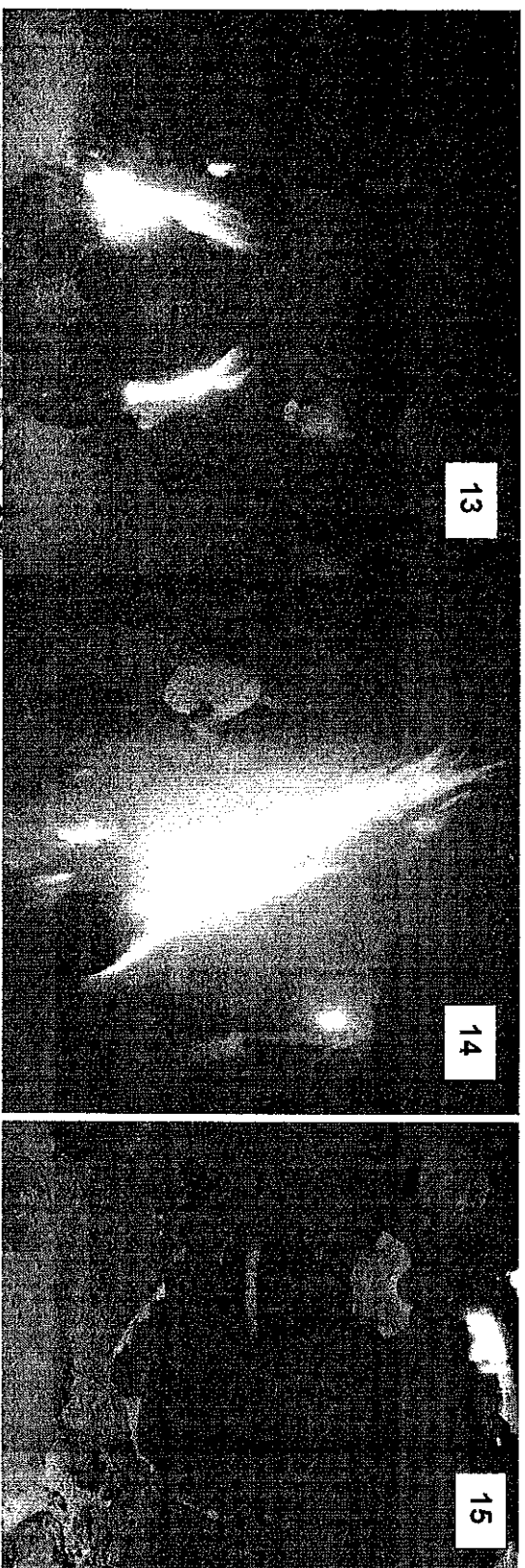
10



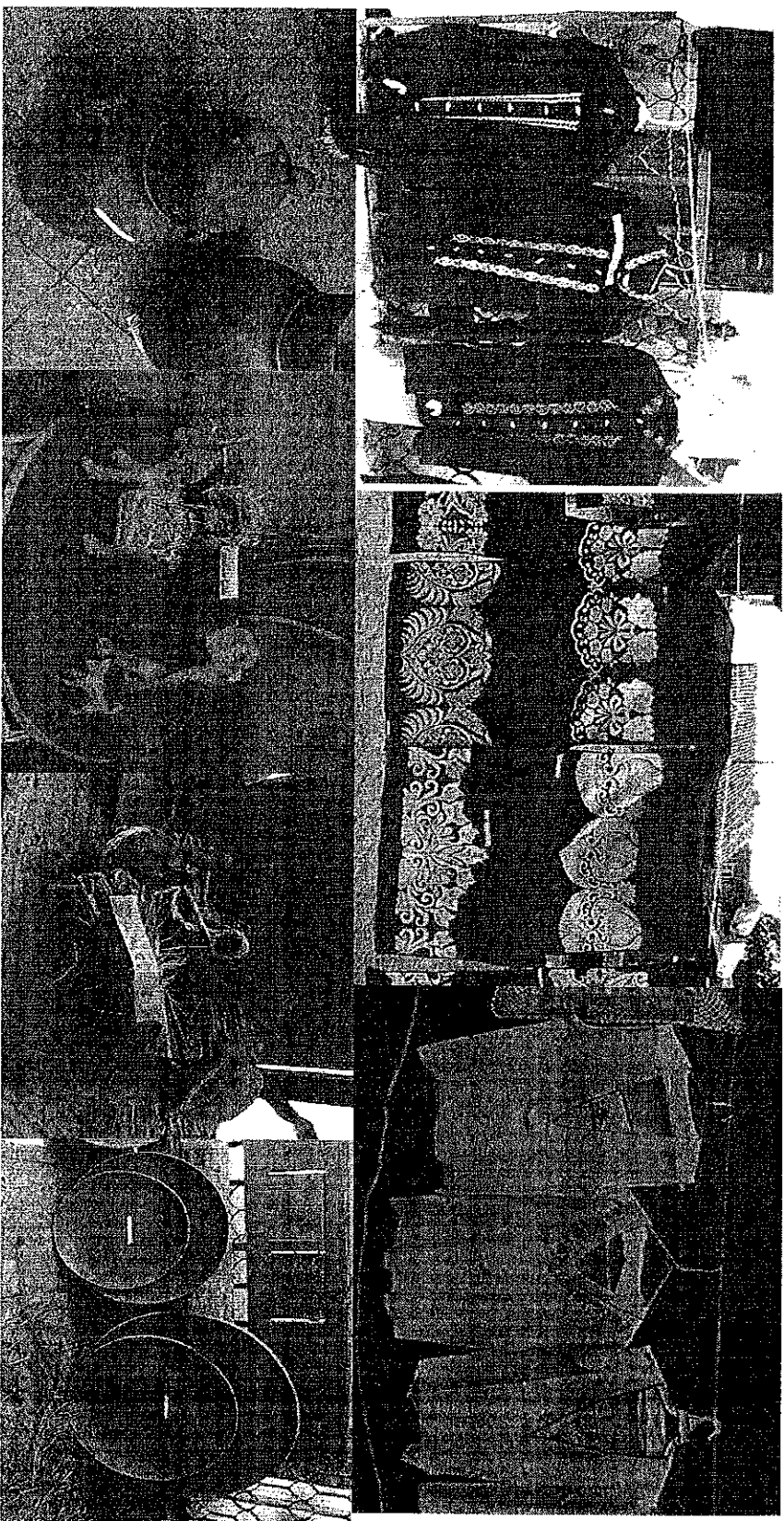
11



12



ANEXO IV. ARTESANIAS TEXTILES Y DE BARRO .



ANEXO V. ENTREVISTA APLICADA A LAS ARTESANAS

I DATOS PERSONALES

Nombre _____ Edad _____
 Lengua materna: _____ Habla español: Si: _____ No: _____
 Estado _____ Municipio _____ Comunidad _____
 Estado Civil: Casada _____ Soltera _____ Viuda _____ Unión libre _____
 Tiene usted hijos: Si _____ No _____ Cuántos? _____

II VIVIENDA Y SERVICIOS

2.1 La casa donde habita es:

a) Propia b) Prestada c) Rentada c) Otra situación

2.2 De que material es: cemento _____ madera _____ lamina de cartón _____ ambos _____ otros _____

2.3 Servicios y bienes domésticos

Cuenta con:	Si	No
Sanitario/Letrina		
Fogón		
Plancha		
Estufa de gas		
Agua potable		
Luz Eléctrica		
Radio/modular		
Refrigerador		
TV		
Otros aparatos eléctricos		
Maquina de coser		
Otros		

III FAMILIA- MIGRACIÓN-RELACIONES ENTRE GÉNERO

3.1 ¿Viven en la misma casa?	Si	No	Edad
Esposo			

Hijos			
Sus Padres			
Hermanos(as)			
Suegra (ro)			
Otros			

3.2 Número de integrantes de la familia: _____

3.3 Ingresos familiares anuales

Fuente	Monto
Actividades agrícolas	
Actividades forestales	
Actividades ganaderas	
Actividades no agropecuarias	
Venta de mano de obra	
Artesanías	
Envíos del exterior	
Programas gubernamentales	
Otro	

3.4 Migración

1. ¿Ha migrado usted? Si _____ ¿Destino de la migración? _____ No _____
2. ¿Cuál fue el motivo de la migración?
3. ¿Cuenta con parientes cercanos que migraron? Si _____ No _____
4. Recibe dinero de esa (s) persona (s)? Si _____ ¿Cuánto? _____ No _____

3.5 Relaciones entre género

Actividad	Sexo	
	Femenino	Masculino
Actividades agrícolas		
Actividades forestales		
Actividades ganaderas		
Cuidado de los animales de		

traspatio (puercos, gallinas, otros)			
Actividades frutícolas			
Elaboración de artesanías			
Comercialización			
Actividades de la cocina (cocinar, lavar trastes, etc)			
Limpieza de la casa y patio			
Cuidado de niños y ancianos			
Lavar, planchar			
Recoger leña			
Recoger agua			
Trabajo asalariado			
Otros			

IV. ACTIVIDADES ECONOMICAS- PRODUCTIVAS DE LA FAMILIA

4.1 Los integrantes de su familia tienen un empleo fijo? No ☐ Si ☐ ¿Dónde y en que trabajan?

4.4 La familia cuenta con tierras de cultivo? Si ☐ Dimensiones No ☐

4.5. ¿Qué cultivos hay en la parcela?

4.6 Usted trabaja la tierra?

a) Si ☐ ¿Qué labores realiza? b) No ☐ ¿Por qué?

4.7 ¿Tienen excedentes agrícolas para vender? a) Si ☐ b) No ☐

4.8 La tierra es de su propiedad?

a) Si ☐ b) No ☐

c) ¿Bajo que tipo de tenencia tiene su tierra? Ejidal ☐ comunal ☐ propiedad privada ☐

4.9 Cuál es calendario anual de producción (artesanal combinado con las otras actividades)?

E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D

4.10 ¿Influye el clima en la producción artesanal?

V ACTIVIDAD ARTESANAL

5.1 ¿Para usted que es ser artesana?

5.2 ¿Por qué eligió usted este oficio?

5.3 ¿Desde cuándo lo practica?

5.4 ¿Con quien aprendió su oficio?

5.5 ¿Cuántos artesanos hay en su familia?

- 5.6 ¿De dónde saca los modelos que utiliza en sus artesanías?
- 5.7 ¿La actividad artesanal, ha mejorado su condición de vida? Si ___ No ___ ¿Por qué?
- 5.8 ¿Desea que sus hijas sigan trabajando en la misma actividad artesanal o le gustaría que realizaran otra actividad?
- 5.9 ¿Qué otras actividades pueden realizar las mujeres de Zipitajo, para obtener un ingreso (\$)?
- 5.10 ¿Le agrada el trabajo que realiza como artesana? Si ___ No ___ ¿Por qué?
- 5.11 ¿Es importante la participación de la mujer en las actividades artesanales?
- 5.12 ¿A que destina los ingresos que obtiene con las artesanías?
- a) Apoyo a los gastos familiares ___ b) Gastos personales ___ c) Otros ___ Especifique _____

VI ORGANIZACIÓN

- 6.1 ¿Cuándo conformaron la organización?
- 6.2 ¿Quién la invito a formar parte del grupo?
- 6.3 ¿Por qué decidió integrarse al grupo?
- 6.4 ¿En que fecha se integro al grupo?
- 6.5 ¿Al integrarse a la organización, sobre que aspectos recibió capacitación?
- a) Organización ___ b) Producción ___ c) Comercialización ___ d) Otros ___ Especifique _____
- 6.6 ¿Actualmente te sigues capacitando para mejorar/innovar tus productos? Si ___ No ___
- 6.7 ¿Ventajas que ha obtenido al ser parte del grupo?
- 6.8 ¿Qué desventajas ha tenido (si las tienen)?
- 6.9 ¿Al pertenecer al grupo ha obtenido lo que esperaba al entrar al grupo?
- 6.10 Respecto a los concursos artesanales que organizan dentro y fuera de la comunidad, ¿Ha participado en los concursos con alguna de sus piezas artesanales? Si ___ No ___ ¿Por qué? _____
- 6.11 De las piezas que elabora ¿Cuántas son destinadas para participar en los concursos artesanales? _____ ¿Qué diseños trabaja para los concursos? _____

¿Por que?

En los años que lleva dentro del grupo ¿cuántos premios ha obtenido en los concursos artesanales en los que ha participado?
¿Cómo dividen las tareas en la familia?

	Proceso masculino	Proceso femenino	Proceso mixto	Cooperación infantil/ancianos
Tipos de tareas				
Agricultura				
Crianza de animales				
Artesanado				
Trabajo domestico				

Comercio				
Otro				

Cuadro de la división sexual del trabajo en el interior de la familia

- 6.12 ¿La organización ha solicitado créditos? Si ___ No ___
- 6.13 ¿Estaría dispuesta a experimentar ideas y equipos nuevos para aumentar su producción y de igual forma la comercialización?
- 6.14 ¿Qué iniciativas han tomado como organización para continuar con la actividad artesanal?
- 6.15 ¿Qué acciones, innovaciones como grupo/organización han generado para mejorar la producción y comercialización de sus artesanías?

VII PRODUCCION

7.1 El Carácter de la producción artesanal es:

Tradicional ___ Moderna ___ Utilitario ___ Ornamental ___

7.2 ¿El trabajo artesanal es el principal, complementario o temporal?

¿De las actividades que realiza, cuál es la actividad que le genera mayores ganancias en términos monetarios y cuál le sigue?

7.3 ¿Cuál es la actividad a la que le dedica más horas de trabajo?

7.4 Cuadro: Ocupación/ tiempo y rendimiento

Ocupación	¿Cuántas horas trabaja al día?	¿Cuántas prendas elabora al mes?	Ocasiones de descanso (#)
Artisanal			
Agrícola			
Hogar			
Otras			

7.5 ¿Qué herramientas/mquinaria nuevas necesitan para mejorar la calidad y aumentar su producción?

7.6 ¿Dentro de su casa, existen espacios dedicados exclusivamente al trabajo artesanal?

7.7 Materia prima requerida para la producción

Materia prima	Calidad de la materia prima	Origen de la materia prima	Cantidad Utilizada Al mes	Costos Totales

7.8 ¿Existen posibilidades de comprar la materia prima a menor costo?

7.9 Cuadro: Artículos producidos e ingreso por la producción

Tipo de artesanía	Producción/ Unidades		Precio de Venta	
	Semanal	Mensual	Pieza	Mayoreo

- 7.15 ¿Manejan un control de la calidad en el grupo para la producción de artesanías?
- 7.16 ¿Para aumentar la producción que cambios tendrían que hacer a nivel personal y familiar?
- 7.19 ¿Dónde aprendió los métodos y técnicas de producción artesanal?
- 7.20 ¿Consideran que cuenta con los medios necesarios para realizar su trabajo (tecnología, capital, espacio, etc.)?
- 7.21 ¿En qué temporadas tienen mayor producción?
- 7.22 ¿Los integrantes de tu familia, qué opinan de su trabajo artesanal? ¿Les agrada, la han felicitado o les molesta que realice esta actividad?
- PROCESO DEL TRABAJO: TEXTIL _____ ALFARRERÍA _____
- 7.30 Descripción de las fases técnicas de elaboración del producto artesanal _____

Fase	Materiales	Instrumentos	Procesos/técnicas
I			
N...			

- ¿Dentro de las fases ha que dificultades se ha enfrentado para producir sus artesanías?
- 7.31 ¿Conoce algunas mejoras aplicables a cada una de las fases de producción? ¿Están disponibles, las puede adquirir y manejarlas?
- 7.32 ¿Qué cambios ha implementado en la producción?

VIII. COMERCIALIZACION

- 8.1 Las artesanías que elaboran son destinadas para la venta a: a) familias de la localidad b) Familias de otras localidades c) Para el público en general d) Pedidos de clientes especiales e) Otros _____
- 8.2 ¿De las artesanías que elabora destina parte de la producción para el autoconsumo?
- 8.3 ¿Qué problemas enfrenta para comercializar sus artesanías?
- 8.4 ¿Qué estrategias han empleado para facilitar la comercialización de los productos?
- 8.5 Cuadro: Puntos de venta

	¿Cuáles son los puntos de venta de sus artesanías?			
Artesanía	Pueblo	Fuera del Pueblo	Ferias	Otros/específicos

- 8.11 ¿Cómo establece el precio a sus productos?
- 8.12 ¿Quién se encarga de comercializar los productos que usted elabora?
- 8.13 ¿Ha salido usted a los diferentes puntos de venta de la organización a apoyar en la comercialización y exhibición de los productos que elabora el grupo? Si _____ No _____ ¿Por qué?
- 8.14 ¿Le gustaría salir a las ferias, concursos a los que se presenta el grupo? Si _____ No _____ ¿Por qué?
- 8.15 ¿Ha vendido usted de forma independiente al grupo sus productos? ¿A que clientes?
- 8.16 Diagrama de la comercialización de artesanías, visión individual