



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**El impacto del Comercio Justo en el sector textil artesanal
mexicano**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestra en Administración
Campo de conocimiento: Negocios Internacionales

Presenta:
Karen Viridiana Juárez Campuzano

Tutor:
Dr. Hugo Javier Buenrostro Aguilar
Facultad de Contaduría y Administración

Ciudad de México, septiembre de 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Creo firmemente que somos el resultado de nuestros sueños; la voluntad y el esfuerzo que dedicamos a cumplirlos; así como el amor y apoyo de quienes nos acompañan a lo largo de nuestra vida; es por esto que cada meta alcanzada es la suma de todos estos factores. Esta tesis es un ejemplo de esto: es el anhelo de concluir mi maestría; las horas de trabajo dedicadas a lograrlo; pero, sobre todo, el apoyo, la orientación y el cariño de todos aquellos que durante este trayecto compartieron conmigo su tiempo, su interés y su pasión por el tema; quienes me alentaron y orientaron; o quienes, sin saber cómo ayudarme, me escucharon atentamente. A todos MUCHAS GRACIAS.

Agradezco a mi familia: a mi padre, Alfredo Juárez; a mi madrina Evelia y a mi abuelita Eva. A mi tía Lala por ser el puente entre Llana Huaricnn y yo, a ti ¡gracias totales!

Tania, te agradezco por estar conmigo, por escucharme y aconsejarme; por emocionarte con mis logros y darme ánimos cuando las cosas no salen tan bien. Gracias por permanecer a mi lado aún a la distancia; por escaparte de tus guardias para saber cómo estaba y por hacerme saber que no estoy solita si te tengo a ti... ¡Te quiero con todo mi corazón cariño!

Si a alguien debo agradecer su apoyo a lo largo de este trayecto es a mi compañero de vida, Edgar. Gracias por compartir este sueño y por llevar a cabo juntos este plan; por estar a mi lado y no soltarme de la mano ni en los momentos más difíciles. Seguimos sumando aventuras juntos y desbloqueando logros, haciéndonos crecer el uno al otro y demostrándonos que juntos somos el mejor equipo. ¡Te amo muy mucho!

Sin duda esta investigación no hubiera sido posible sin los expertos que aceptaron ayudarme y que se tomaron el tiempo de compartir conmigo su conocimiento y sus experiencias. Gracias a Luis Martínez V., Coordinador General de la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, por compartirme sus vivencias con los pequeños productores.

Agradecimiento especial a las artesanas que aceptaron ser parte de esta investigación y que compartieron conmigo un pedacito de su vida; por su paciencia para explicarme sobre hilos, puntadas, colores e iconografía; por contagiarme de la alegría que sienten al crear obras de arte y por impulsar iniciativas que permiten que estas tradiciones sobrevivan.

Gracias a Ana Karen López y a Doña Flora Avendaño quienes, pese a las malas condiciones climáticas y la dificultad en la comunicación, me cedieron unos minutos para platicarme sobre Ita Savi, un proyecto que nace como resultado del cariño de una nieta por su abuela y que prevalece gracias al amor que las artesanas imprimen en cada hilado.

Muchas gracias a la fundadora de Uanhasi, Lizbeth González, quien me permitió comprender la importancia de preservar los saberes, de abrazar las tradiciones, así como conocer y difundir la diversidad que engloba hablar de textiles artesanales. ¡Gracias por tu tiempo, tu apertura y tu entusiasmo por este proyecto!

Y agradezco a Yatahli Rosas por aceptar colaborar en esta investigación, por su franqueza y por su pasión al hablar de Llana Huaricnn; gracias por compartir tus experiencias no solo como artesana, sino como parte de una agrupación con tanta tradición; por tu interés en mejorar las condiciones de quienes la conforman y contribuir de forma directa con este objetivo.

Finalmente agradezco a mi tutor Hugo Buenrostro que me ayudó, apoyó y orientó a lo largo de esta investigación.

Índice

Índice de figuras.....	1
Abreviaturas.....	2
Introducción	4
Capítulo 1. Origen y desarrollo del Sistema de Comercio Justo	10
1.1. Sustento teórico del Comercio Justo	10
1.1.1. Enfoque estructuralista	11
1.1.2. Teoría de la Dependencia.....	15
1.1.3. Estudios sobre el Desarrollo	18
1.2. Desarrollo del Comercio Justo	23
1.2.1. Evolución del comercio no convencional	24
1.2.2. Comercio Justo Internacional	33
1.2.3. Estructura del Sistema de Comercio Justo	39
1.3. Teoría del Cambio e instrumentos del Comercio Justo	42
1.3.1. Teoría del Cambio del Comercio Justo	43
1.3.2. Sellos de garantía.....	46
1.3.3. Certificación de organizaciones de Comercio Justo.....	49
Capítulo 2. Comercio de textiles artesanales mexicanos	55
2.1. El sector artesanal en México	56
2.1.1. El sector artesanal: patrimonio cultural y valor agregado	56
2.1.2. Los artesanos: creadores invisibles	62
2.1.3. El sector artesanal como motor económico	65
2.2. Desarrollo histórico de los textiles artesanales mexicanos	71
2.2.1. Los textiles en la época prehispánica	72
2.2.2. Los textiles en la época colonial	78

2.2.3.	Textiles artesanales en el México actual.....	82
2.3.	Cadena de valor de los textiles artesanales mexicanos	86
2.3.1.	Suministro, producción y organización artesanal textil.....	86
2.3.2.	Los intermediarios en la comercialización de los textiles artesanales mexicanos	92
2.3.3.	Comercialización de textiles artesanales	95
2.4.	Textiles artesanales en el marco del Comercio Justo.....	98
2.4.1.	Comercio Justo de textiles.....	98
2.4.2.	Comercio justo de artesanías	101
2.4.3.	Comercio Justo de textiles artesanales.....	102
Capítulo 3.	Acercamiento con organizaciones de artesanas textiles	106
3.1.	Ita Savi.....	109
3.1.1.	Ita Savi: Flor de lluvia, colectivo familiar mixteco	110
3.1.2.	Cadena de valor de Ita Savi.....	115
3.1.3.	Resultados del modelo de funcionamiento de Ita Savi en el marco del Comercio Justo	119
3.2.	Uanhasí	123
3.2.1.	Uanhasí: tejiendo cultura	126
3.2.2.	Cadena de valor de Uanhasí	130
3.2.3.	Resultados del modelo de funcionamiento de Uanhasí en el marco del Comercio Justo	134
3.3.	Llana Huaricnn.....	137
3.3.1.	Llana Huaricnn: mujer con huipil.....	140
3.3.2.	Cadena de valor de Llana Huaricnn.....	145
3.3.3.	Relación de Llana Huaricnn con organismos gubernamentales de fomento a las artesanías	150

3.3.4. Resultados del modelo de funcionamiento de Llana Huaricnn en el marco del Comercio	153
3.4. Resultados arrojados del acercamiento con las organizaciones de artesanas textiles	157
Conclusiones	163
Fuentes.....	168
Anexos.....	179

Índice de figuras

Figura 1. Sistema Internacional de Comercio Justo

Figura 2. Teoría del Cambio de Comercio Justo

Figura 3. Organizaciones de América Latina certificadas ante la WFTO

Figura 4. Distribución de la producción artesanal por género

Figura 5. Participación por rama artesanal al PIB cultural

Figura 6. Empleos generados por rama artesanal

Figura 7. Telar de cintura y malacate

Figura 8. Proceso de producción de los textiles artesanales

Figura 9. Indicadores de carencia social en Pinotepa de Don Luis, Oaxaca.

Figura 10. Signos distintivos de Ita Savi

Figura 11. Cadena de valor tradicional de los textiles artesanales mexicanos

Figura 12. Transformación de la cadena de valor de Ita Savi

Figura 13. Signos distintivos de Uanhasi

Figura 14. Cadena de valor de Uanhasi

Figura 15. Indicadores de carencias sociales de Putla Villa Guerrero

Figura 16: Signos distintivos de Llana Huaricnn

Figura 17. Cadena de valor de Llana Huaricnn

Figura 18. Comparativo de los principios del Comercio Justo con las características de Ita Savi, Uanhasi y Llana Huaricnn

Abreviaturas

ANADEJGES	Autonomía, Descentralismo y Gestión A.C.
ARIPO	Instituto Oaxaqueño de las Artesanías
CDI	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
CENAPYME	Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa
CEPAL	Comisión Económica de América Latina y el Caribe
FCA	Facultad de Contaduría y Administración
FLO	Fair Trade Labelling Organization
FONART	Fondo Nacional para las Artesanías
IMPI	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INI	Instituto Nacional Indigenista
INPI	Instituto Nacional de los Pueblo
MUNAIP	Museo Nacional de Artes e Industrias Populares
MTO	Museo Textil de Oaxaca
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMAPE	Organizaciones mineras artesanales y de pequeña escala
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PIB	Producto Interno Bruto
SIC	Sistema Nacional de Información Cultural
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y

UNESCO Desarrollo
 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la
 Ciencia y la Cultura

Introducción

A nivel mundial, México es reconocido como uno de los principales países productores de textiles artesanales. La variedad de sus diseños, la diversidad de técnicas empleadas, el origen y significado de los colores, la iconografía plasmada y el origen natural de los materiales utilizados, hacen de cada una de estas piezas un objeto único en el mundo y cuyo valor en el mercado va en aumento.

Por este motivo el comercio de los textiles artesanales mexicanos se ha posicionado como uno de los sectores económicos que mayores aportes genera cada año al producto interno bruto; es así que, además de impulsar la creación de empleos y la promoción del turismo al interior de nuestro país, difunde una imagen positiva de México en otras partes del mundo.

Sin embargo, pese a la importancia económica que representan los textiles artesanales mexicanos, las ganancias obtenidas por su venta no se materializan en mejoras económicas para quienes los elaboran, sino que estos beneficios se ven concentrados en manos de los intermediarios, individuos y organizaciones que compran directamente a los artesanos y venden al consumidor final a un sobreprecio, aprovechándose de la necesidad de los artesanos, para incrementar sus ganancias ante la creciente demanda de estos productos en el mercado.

Planteamiento del problema

La mayoría de los artesanos textiles habitan en comunidades indígenas vulnerables, zonas altamente marginadas, caracterizadas por el difícil acceso a servicios básicos como salud, educación y trabajo. Se trata de comunidades donde las actividades primarias son la principal fuente de recursos económicos, por lo que la elaboración de artesanías es una actividad complementaria que los artesanos realizan para obtener recursos para su subsistencia.

De este modo, la mayoría de los artesanos mexicanos trabajan en la informalidad, no cuentan con las garantías que la ley establece, no tienen acceso a financiamiento

ni herramientas, se agrupan en familias para llevar a cabo la producción y venden sus productos de forma directa en mercados y plazas, o a los intermediarios, quienes fijan los precios, les regatean y establecen los mecanismos de pago.

En este sentido, el abuso que los intermediarios llevan a cabo a costa de los artesanos no solo merma la ganancia económica que éstos podrían tener, sino que elimina las oportunidades de desarrollo para estas comunidades, acentuando las condiciones de pobreza en las que viven y perpetuando el ciclo de explotación de los pequeños productores.

Ante este contexto, han surgido enfoques que promueven e impulsan el desarrollo del comercio desde una perspectiva favorable para los artesanos, tal es el caso del movimiento de Comercio Justo, el cual es una aproximación alternativa al intercambio económico tradicional, basado en una relación de cooperación entre productores y consumidores, con el objetivo de establecer condiciones de intercambio más favorables para los pequeños productores.

Este enfoque surge como alternativa al comercio convencional y defiende una relación colaborativa entre productores, intermediarios y clientes, bajo la premisa de que todos tienen los mismos derechos y que el intercambio económico debe de generar beneficios para todas las partes, lo cual ofrece a los productores la oportunidad de mejorar sus condiciones de vida, al tiempo que dota a los consumidores de herramientas para hacer compras informadas y responsables.

Hasta hace algunos años, el movimiento de Comercio Justo centraba sus esfuerzos en la certificación y comercialización de productos primarios; sin embargo, en años recientes, los textiles artesanales han cobrado una mayor relevancia entre los consumidores, quienes han tomado consciencia sobre sus elecciones en el mercado y se interesan en adquirir productos que garanticen beneficios directos a los productores.

Por su parte, los artesanos están más informados sobre el valor que poseen en el mercado las piezas que elaboran, reconocen que existe un número considerable de

consumidores interesados en adquirir sus productos y pagar la suma correspondiente al esfuerzo y creatividad invertidos.

Es así que, a partir del enfoque de Comercio Justo es posible analizar el fenómeno de los textiles artesanales mexicanos, ya no desde una perspectiva antropológica o cultural, sino desde un enfoque económico, que identifique a los productores como parte central de la cadena de valor y los dote de las herramientas necesarias para hacer de esta actividad un negocio redituable y no un medio de subsistencia.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son los resultados que han obtenido las organizaciones de artesanos y artesanas textiles mexicanos a partir de su integración al sistema de Comercio Justo y la adopción de sus principios y valores?

Objetivo general

Identificar los resultados que las organizaciones de artesanos y artesanas textiles mexicanos han tenido a partir de su integración al sistema de Comercio Justo y la adopción de sus principios y valores.

Objetivos específicos

- Definir Comercio Justo e identificar los principios y valores que lo caracterizan.
- Identificar los mecanismos y herramientas que el enfoque de Comercio Justo propone para mejorar las condiciones de los pequeños productores en el mercado.
- Definir qué es una artesanía, identificar sus características y el valor agregado que ofrece en el mercado.
- Describir la cadena de valor del comercio de textiles artesanales mexicanos.

- Analizar las características de las organizaciones de artesanos(as) textiles mexicanos(as), su cadena de valor y sus resultados.
- Contrastar los mecanismos de funcionamiento y resultados de las organizaciones de artesanos y artesanas textiles con los principios y valores que promueve el modelo de Comercio Justo.

Hipótesis de investigación

En México existen organizaciones de artesanos y artesanas que se han integrado al sistema de Comercio Justo, siguiendo sus principios y valores, lo que ha mejorado su posicionamiento en el mercado, logrando la comercialización de textiles artesanales a precios equivalentes al esfuerzo físico y creativo invertido en su elaboración y mejorando las condiciones de vida de los productores.

Método

La presente investigación es un estudio cualitativo, transversal y exploratorio que, empleando los testimonios y vivencias de organizaciones de artesanas del sur del país, busca exponer la realidad a la que se enfrentan algunas iniciativas creadas por las mismas productoras y contrastarlas con los principios y valores del Comercio Justo, lo cual permitirá:

- Confirmar la existencia del modelo de Comercio Justo en el sector textil artesanal mexicano.
- Analizar su impacto para los productores, sus familias y sus comunidades.

En consecuencia, en el primer capítulo se hace una revisión de la literatura a fin de identificar los enfoques económicos que plantearon modelos alternativos al comercio convencional, ahondando en la Escuela Estructuralista, la Teoría de la Dependencia y los Estudios sobre el Desarrollo. Aquí mismo, se describe el surgimiento y evolución del sistema de Comercio Justo, sus principios, valores y

herramientas para impulsar un intercambio económico que dé prioridad a los productores.

En el segundo capítulo se exponen las características que hacen de las artesanías productos altamente demandados en el mercado, se explica su contribución a la economía de México y se describe su desarrollo histórico, así como su cadena de valor actual. Adicionalmente se hace una revisión de los mecanismos de certificación de Comercio Justo aplicables al comercio de textiles artesanales mexicanos.

Finalmente, en el tercer capítulo se muestran los resultados obtenidos del acercamiento con las organizaciones de artesanas textiles en el sur del país; se hace una revisión de las características socioeconómicas de la comunidad en que habitan, su desarrollo histórico, sus características organizacionales y su cadena valor, para contrastarlo con los valores y principios del movimiento de Comercio Justo.

Para esto, se realizaron entrevistas no estructuradas a integrantes de tres organizaciones de artesanas textiles de los estados de Michoacán y Oaxaca, a quienes se preguntó sobre su organización; materias primas; producción; comercialización; mercadeo; sensibilización de los consumidores; gestión del conocimiento; apoyos externos; y su conocimiento y aplicación de los principios y valores del Comercio Justo.

Los criterios aplicados para la selección de organizaciones estudiadas fueron los siguientes:

- I. Ser productoras y/o comercializadoras de textiles artesanales.
- II. Emplear materiales naturales en la elaboración de sus productos: fibras, tintes naturales y otros.
- III. Emplear técnicas artesanales en la elaboración de sus productos.
- IV. Pertenecer a un grupo indígena.
- V. Tener acceso a una línea telefónica y/o de internet.

Este último criterio se adicionó en razón de que esta investigación se realizó durante el periodo de confinamiento derivado de la pandemia de SARS-COV-2 (COVID-2019), por lo que para respetar las medidas tomadas por las autoridades mexicanas y evitar la propagación del virus, el acercamiento con las organizaciones estudiadas se realizó de manera remota.

Capítulo 1

Origen y desarrollo del Sistema de Comercio Justo

[...] la mercantilización de la solidaridad destruye la solidaridad, porque se trata de un valor no mercantil, de un valor moral que no puede cambiarse por dinero o ser instrumento de negocios. (Bringas, 2013, 10)

La teoría del comercio internacional parte de la búsqueda por lograr el beneficio comunitario, a través de la especialización y el aprovechamiento de las ventajas comparativas. Sin embargo, en la práctica, el intercambio comercial ha generado desigualdades, poniendo en desventaja y colocando en una situación de vulnerabilidad a los pequeños productores.

Como respuesta a esta situación surgió el Comercio Justo como un movimiento social que buscaba revertir las disparidades y crear un nuevo sistema que permitiera el desarrollo equitativo de todos los actores involucrados en la cadena de valor; que generará oportunidades de empleo, especialmente para pequeños productores; e impulsará el desarrollo de aquellas regiones menos favorecidas.

Actualmente, el Comercio Justo es un modelo alternativo de dimensiones mundiales, por lo que resulta indispensable conocer su origen y su evolución, sus mecanismos para sobrevivir y el papel que juega la sociedad civil en este sistema, así como las herramientas que están a nuestro alcance para hacer comercio justo, colaborar con los pequeños productores y beneficiarnos de un intercambio directo con ellos.

1.1. Sustento teórico del Comercio Justo

La teoría del libre comercio parte de los postulados de Smith (1776), Ricardo (1817) y Stuart Mill (1951) quienes afirmaban que, si el comercio no se restringe, cada país podría intercambiar con otros aquellas mercancías que le representan una ventaja|

comparativa respecto al resto del mundo, con la especialización aumentaría su eficiencia productiva y sus ganancias en el mercado.

De este modo, el libre comercio trae consigo beneficios como el pleno empleo, la eficiencia económica, la división de ganancias y el establecimiento y fortalecimiento de redes de producción, lo que implica que, en el acto de comerciar, las partes se beneficien mutuamente con el intercambio, de modo que se genere un desarrollo equitativo.

No obstante, bajo las condiciones de desarrollo desiguales que se observan en el mundo, la dinámica del comercio internacional, lejos de promover un beneficio mutuo para las naciones, ha acentuado las diferencias entre los polos; se observa entonces que aquellos países menos favorecidos, aumentan sus niveles de pobreza, mientras que los grandes centros de capital no solo mantienen, sino que hacen crecer sus ganancias.

A partir de los cambios que ocurren en el ámbito internacional durante la primera mitad del siglo XX, como la independencia de las colonias africanas, la reconstrucción de Europa y la consolidación de Estados Unidos como nuevo centro del orden económico internacional, se abre un debate en los países no desarrollados y surgen nuevos modelos de reflexión que buscan explicar las causas de las desigualdades económicas, la dependencia y el subdesarrollo.

1.1.1. Enfoque estructuralista

El estructuralismo¹ o desarrollismo surge en América Latina hacia la década de 1960 como una reflexión de la realidad de estos países y cuestiona los beneficios prácticos de los postulados clásicos del libre comercio, asegurando que existe un deterioro de los términos de intercambio que ha generado el establecimiento de un esquema caracterizado por un centro industrializado y una periferia agrícola.

¹ La Teoría estructuralista se nutrirá de las reflexiones y estudios elaborados al interior de la Comisión Económica de América Latina y el Caribe (CEPAL), por Prebisch, Furtado, Pinto, Medina, Echavarría, Ahumada, Sunkel, Cenceicao Tavares, Fajnzylber y otros intelectuales de la institución (Bielschowsky, 2011, 21).

En el modelo de libre comercio, en que los países deben especializarse para aumentar su productividad, algunos países alcanzaron un alto nivel de industrialización y se especializaron en la producción y exportación de manufacturas y productos con un alto valor agregado, estos países se encuentran en el centro del sistema económico (Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL], 1949).

En contraste, aquellos países que orientaron su economía a la producción y exportación de materias primas y alimentos, poseen un lugar alejado del centro en el sistema económico y conforman la periferia (CEPAL, 1949). Estos países obtienen parte de la riqueza del centro a través del comercio internacional, obteniendo las divisas necesarias para comprar bienes manufacturados sin necesidad de industrializarse, pues podrían perder las ventajas del intercambio.

Raúl Prebisch, principal representante del estructuralismo latinoamericano, afirmaba que ambos polos, centro y periferia, interactúan en ciclos económicos que suceden a través de recurrentes estados de desequilibrio, contrario a lo que afirmaba la teoría del libre comercio. “No hay punto de reposo: se asciende para descender y se descende para ascender nuevamente. En ese movimiento no hay punto de equilibrio; ese movimiento es una sucesión continua de desequilibrios” (Prebisch, 1948, 32).

La amplitud de estos ciclos económicos, sumado a la creciente competencia de las materias primas en el mercado y el bajo nivel de industrialización de los países de la periferia, dieron lugar al deterioro de los términos de intercambio; es decir, que incluso si se mantienen los volúmenes de exportación de los países menos desarrollados, luego de cierto tiempo, su capacidad de compra para adquirir bienes y servicios del centro disminuirá.² De acuerdo con la Hipótesis Prebisch-Singer, esto ocurre porque:

² Con base en el análisis de Prebisch sobre los datos contenidos en el documento *Precios relativos de las importaciones y exportaciones de los países subdesarrollados* (Naciones Unidas, 1949), durante el periodo 1931-1935 solo podían comprarse el 68.7% de los productos finales de la industria del centro con los recursos obtenidos por la exportación de las materias primas de la periferia, respecto al 100 por ciento que podían comprarse con la misma cantidad de exportaciones de la periferia en el periodo 1876-1880 (CEPAL, 1949, 19).

[...] en los momentos de fuerte expansión de la economía mundial la demanda por materias primas y alimentos se dispara generando en el corto plazo un aumento pronunciado de los precios, pero en los momentos que los ciclos económicos se revierten, los precios de estos bienes caen fuertemente, sin que existan mecanismos institucionales que puedan frenar esta caída [...] Estas fluctuaciones pueden esconder las tendencias de fondo, pero al cabo de cada ciclo, el deterioro es cada vez mayor (CEPAL, 2020, 5).

De este modo, si se permite a las fuerzas de la oferta y la demanda actuar libremente, las brechas entre centro y periferia se amplían, lo que pone en duda que la autorregulación del mercado genere un desarrollo equitativo para todas las partes. En este sentido, el estructuralismo promueve la existencia de un Estado fuerte, capaz de definir las reglas del juego y encausar los beneficios del crecimiento económico a sectores estratégicos que permitan el desarrollo de los países, de lo contrario, otros actores se beneficiarán de la dinámica del mercado.

Esto ocurre en América Latina y otros países no desarrollados, donde las empresas provenientes de los países del centro, y propietarias de los medios de producción, son las grandes beneficiarias de la relación comercial desigual entre los polos, ya que explotan los recursos naturales y se benefician de la mano de obra de los países de la periferia.

Es así que, los postulados de la teoría clásica del comercio no habían generado resultados positivos en la periferia: la especialización económica había limitado la capacidad de los países de la periferia para desarrollar una industria propia y diversificar sus exportaciones; la constante explotación y saqueo de la periferia por parte de las empresas del centro habían impedido un crecimiento económico, lo que profundizaba la desigualdad y el subdesarrollo en estos países.

Al señalar estas deficiencias, el análisis estructuralista aportó instrumentos para generar cambios en el sistema económico desde dos vertientes: la institucional y la sociedad civil. En la primera, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) jugó un papel determinante, puesto que, con base en el modelo

centro-periferia se hicieron proyecciones y se propuso un camino a seguir para lograr el crecimiento económico de la región.

Debido a que los cambios no serían generados por el propio mercado, se impulsó la construcción de un sistema de comercio mundial alternativo, orientado a transformar los términos de intercambio negativos, a través de la participación activa del Estado para promover una industrialización orientada a la reinserción dinámica en la economía internacional (CEPAL, 2020).

Para superar la situación asimétrica prevaleciente en el comercio internacional, en la CEPAL, se propuso la adopción del Modelo de Industrialización Sustitutiva de Importaciones (ISI); se impulsó la diversificación comercial con miras a disminuir la dependencia que se tenía respecto a los países del centro y, con el objetivo de fortalecer este nuevo modelo en la región, se planteó la integración de América Latina como un bloque comercial.

Desde la vertiente de la sociedad civil, el estructuralismo permitió la toma de conciencia en la población de los países del centro sobre la realidad de los países de la periferia, resultado de las relaciones asimétricas que mantenían con el centro y que se profundizaban con la dinámica de comercio internacional. Esto generó el surgimiento de movimientos organizados que buscaban un cambio de paradigma.

Se crearon agrupaciones civiles que buscaban vincular a las poblaciones del centro con la periferia; establecer lazos directos entre los pequeños productores de los países no desarrollados con los consumidores de los países industrializados para así ampliar el mercado para sus productos; querían sensibilizar a los compradores sobre las condiciones de trabajo y vida de quienes producían las mercancías y así, impulsar compras informadas que generaran cambios en los países menos favorecidos.

Si bien el estructuralismo partió de una reflexión teórica surgida en América Latina, impactó de forma positiva en otras latitudes y en ámbitos como el político o el social, impulsó nuevos modelos económicos entre los países de la periferia y promovió una toma de conciencia entre la sociedad. Asimismo, el enfoque estructuralista sentaría

las bases para estudios posteriores que ahondarían en los efectos de las desigualdades entre los polos económicos, destacando entre ellos, la reflexión sobre la dependencia de la periferia respecto al centro.

1.1.2. Teoría de la Dependencia

Durante la década de 1960, la corriente crítica del estructuralismo cepalino reconoció la insuficiencia del análisis hecho hasta entonces, puesto que la reflexión se había centrado en los factores endógenos del subdesarrollo en la periferia y las recomendaciones hechas por la CEPAL no habían representado una verdadera transformación, dando lugar a un estancamiento estructural en América Latina.

El comercio mundial se complejizó cada vez más. Algunos países en desarrollo se han industrializado y tienen algún dominio en los mercados de manufacturas intensivas en trabajo que combinan con innovación tecnológica; sin embargo, aún dependen de sus commodities, lo que se evidencia en el resultado agregado de su producción exportable que es similar al contexto de la época de los análisis de Prebisch. El dinamismo manufacturero no es el centro del desarrollo científico-tecnológico, es la deslocalización de la producción del centro a la periferia (Serrano-Moya, 2017, 193).

Pese a los cambios realizados en la región a partir de las recomendaciones de la CEPAL, el subdesarrollo estructural latinoamericano persistió, debido en gran medida a las condiciones internas de estos países como la escasez de capital, el mantenimiento de instituciones feudales, la tradición de no ahorro ni inversión y la concentración de poder político en manos de oligarquías rurales (Frank, 1970), dejando a la región en una situación de dependencia respecto a los países del centro.

De este modo surgió la teoría de la dependencia, la cual partía de un análisis estructural-histórico o dialéctico³, que retomaba algunos conceptos y categorías de

³ La teoría de la dependencia se nutre de las aportaciones de varios autores desde diferentes visiones: Neomarxismo con Baran-Sweezy, Theotonio Dos Santos, Ruy Mauro Marini y Vania Bambirra; Marxista no ortodoxa con Fernando Henrique Cardoso y Enzo Faletto; y fuera de la ortodoxia marxista André Gunder Frank (Moré, 2017, 132).

la corriente estructuralista; buscaba explicar de forma crítica las condiciones de subdesarrollo prevalecientes en América Latina y ponía especial énfasis en los factores externos de los países de la periferia como determinantes de su condición.

En este sentido Dos Santos (1970) argumentaba que la dependencia había sido entendida como un fenómeno externo pues los intereses extranjeros imponían condiciones desfavorables a los países periféricos; tales intereses dictaban normas de acción política y la periferia aceptaba las situaciones del centro como modelos de una realidad superior que estaban obligados a imitar.

Este mal entendimiento de la realidad llevó a la adopción de normas dictadas desde afuera (modelo ISI propuesto por la CEPAL) que lejos de representar un progreso, establecía un nuevo tipo de dependencia ligado principalmente al comercio exterior, porque el capital extranjero ejercía un importante manejo y control de las divisas que se necesitaban para la compra de insumos por parte de la industria nacional.

Con base en la definición de Dos Santos (1970), la dependencia es el estado mediante el cual, ciertos grupos de países tienen una economía condicionada por el desarrollo y expansión de otras economías a la cual la propia está sometida; es así que la dependencia no es un fenómeno externo que se podría cortar a través del desarrollo económico y una actitud política más independiente; por lo que su propuesta fue iniciar un cambio social a partir de un modelo basado en intereses de clases sociales.

La dicotomía centro-periferia de la economía mundial poseía un diseño desigual, perjudicial para los países no desarrollados, que tenían un rol subordinado de productores-exportadores de materias primas y consumidores-importadores de productos industrializados, en tanto que las decisiones fundamentales se tomaban en los países centrales, con producción de alto valor agregado.

Esto generaba la superexplotación, que es el pago de la fuerza de trabajo por debajo de su valor, el cual está representado por el costo de reproducción de la fuerza de trabajo y constituye una característica estructural del capitalismo dependiente. En este contexto Marini (1973, 123) argumentaba que:

[...] las naciones desfavorecidas por el intercambio desigual no buscan tanto corregir el desequilibrio entre los precios y el valor de sus mercancías exportadas (lo que implicaría un esfuerzo redoblado para aumentar la capacidad productiva del trabajo), sino más bien compensar la pérdida de ingresos generados por el comercio internacional, recurriendo a una mayor explotación del trabajador.

Estas condiciones de dependencia de los países menos desarrollados permean también sus estructuras internas, creando entornos donde prima una creciente exclusión social como resultado de la concentración económica y la desigualdad social. Se hacía referencia entonces a un desarrollo dependiente, concentrador y excluyente.

Para los teóricos dependentistas como Ceceña Gámez, Fernando Carmona, Rodolfo Stavenhagen, Horacio Flores de la Peña y Pablo González Casanova, el desarrollo y subdesarrollo eran dos aspectos diferentes de un mismo proceso; el subdesarrollo estaba directamente relacionado con la expansión de los países industrializados, por lo que no era ni una etapa ni una precondition para el desarrollo (Moré, 2017).

A fin de superar el subdesarrollo de los países pobres, Cardoso y Faletto (1979) impulsaron un análisis a partir de una óptica sociológica que consideró también los ámbitos político y social. Afirmaban que el modelo de desarrollo nacional impulsado por la CEPAL no había sido exitoso: no se pudo pasar de sustitución de importaciones a abrir campos de producción autónomos orientados al mercado interno; la tasa de crecimiento no fue suficiente para dinamizar sectores más rezagados y tampoco se logró absorber el crecimiento demográfico (Cardoso-Faletto, 1986, 7-9)

Faltaron condiciones institucionales y sociales para materializar el cambio, se transformó lo económico, pero no el sistema socio-político, de forma que algunos grupos no perdieron el control del sistema de poder a pesar de las alianzas necesarias con grupos diversos. Así, reaparecieron problemas con nuevos protagonistas sociales o los mismos revestidos de modernidad (Cardoso-Faletto, 1986).

De este modo, la teoría de la dependencia abona a los movimientos sociales surgidos en la segunda mitad del siglo XX, y refuerza la idea de que las desigualdades económicas han permeado en otros ámbitos, por lo que para transformar la realidad que se vivía en los países de la periferia, no bastaba con cambiar el modelo económico, sino que era indispensable una transformación social y política.

Este enfoque teórico va más allá de la heterogeneidad económica entre países o regiones, y a partir de conceptos como la superexplotación y la relación de subordinación entre el Norte (países desarrollados) y el Sur (países subdesarrollados), se explica cómo las desigualdades entre ambos se interiorizan y se ven reflejadas en la estructura misma de cada sociedad, acentuando la concentración de la riqueza y la exclusión.

El enfoque dependentista cuestiona la idea de que el subdesarrollo sea una característica interna de los países de la periferia y, a partir de un análisis de las condiciones de América Latina, identifica los factores que mantienen a esta región a expensas de los avances económicos del centro y aporta conceptos y categorías que permitirán ampliar el debate para analizar el subdesarrollo, ya no como un adjetivo que describe al Sur, sino como un fenómeno que lo mantiene a expensas del Norte.

1.1.3. Estudios sobre el Desarrollo

Los estudios sobre desarrollo tienen su origen durante las primeras décadas del siglo XX en América Latina, a partir de la reflexión que se hace sobre el modelo de crecimiento hacia afuera⁴ y, más tarde, se incorpora el proceso de industrialización

⁴ El Modelo de crecimiento hacia afuera tiene su origen en la Tercera Conferencia de los Estados Americanos miembros de la Organización Internacional del Trabajo (Organización de Estados Americanos, 1946), se señaló que “que entre los países de América Latina es indispensable, para alcanzar niveles de vida más altos, un mejor equilibrio en las estructuras económicas, el aumento del comercio internacional, y al mismo tiempo una mayor independencia económica”; por lo que el modelo predominante para lograr el crecimiento económico en la región se centró en el aumento de las exportaciones de bienes primarios y la importación de manufacturas.

a partir del modelo ISI. Si bien se trata de un enfoque teórico, no es posible identificar una teoría del desarrollo claramente definida, sino que se trata de estudios que, a través de diferentes visiones, se nutren de las categorías de análisis y conceptos aportados por enfoques como el estructuralista, la teoría de la dependencia y el método histórico-estructural.

Los primeros autores en teorizar sobre el subdesarrollo fueron Rosenstein-Rodan, Nurkse, Lewis, Hirschman y Myrdal quienes expusieron la Teoría del Desarrollo Económico, señalando la necesidad de que la periferia incrementara sus niveles de inversión, para lo cual resultaba indispensable la acción del Estado (Serrano-Moya, 2017).

De acuerdo con las reflexiones de Nurkse, los países menos desarrollados debían generar un crecimiento balanceado y resultaba indispensable la planeación y los grandes proyectos de infraestructura. Mientras que Rosenstein planteaba que las economías no industrializadas requerían de un gran empujón para su despegue, a partir del cual podrían mantener un crecimiento sostenido (Serrano-Moya, 2017).

En este mismo orden de ideas, Hirschman afirmaba que el desarrollo es un proceso de cambio de un tipo de economía hacia otro más avanzado, y de acuerdo con su tesis de desarrollo centrado en la industria, el subdesarrollo se superaría a partir de los encadenamientos que se generan en sectores productivos más activos y se reforzarían con los procesos de inversión (Mallorquín, 2013).

En contraste, surge a Escuela de la Modernidad, cuyo principal exponente, Walt Rostow (1960), expone que las naciones subdesarrolladas seguirán a las desarrolladas en una serie de etapas sucesivas; esta visión mecanicista sería refutada más tarde por los enfoques críticos. Tal es el caso de la Teoría de la Dependencia, desde la cual, André Gunder Frank, principal crítico del desarrollo por etapas, expone su visión del desarrollo del subdesarrollo, en la cual afirmaba que:

Los países que ahora son desarrollados nunca fueron subdesarrollados, aunque bien pudieron no ser desarrollados. El subdesarrollo contemporáneo es en gran

medida el producto histórico de relaciones económicas y de otras relaciones pasadas y que continúan, entre los satélites subdesarrollados y los ahora países metropolitanos desarrollados (Frank, 1966, 18).

La perspectiva monopolista del marxismo representada por Paul Baran y Paul Sweezy, plantean que el subdesarrollo es producto del ineficiente empleo del excedente económico en los países de la periferia. Esto ocurre debido a la suma de dos factores clave: el capitalismo monopolista y el bloqueo.

[...] bajo el capitalismo monopolista la función del Estado es servir a los intereses del capital monopolista. [...] Consecuentemente, el efecto de la intervención del gobierno en los mecanismos del mercado de la economía, cualquiera que sea su propósito aparente, es hacer que el sistema funcione mejor, no peor, como uno formado exclusivamente por corporaciones gigantes que actúan e influyen recíprocamente (Baran y Sweezy, 1966, 57).

Del mismo modo, la tesis del bloqueo señalaba que “en aquellos territorios densamente poblados y ricos en recursos naturales, las potencias imperialistas primero acudieron a su saqueo y, posteriormente, impidieron cualquier tipo de programa autónomo que compitiera con el modelo occidental” (Bona, 2016, 107). La suma de ambos factores resultaba en la nula derrama del excedente económico a los sectores productivos no vinculados con la exportación y la concentración del mismo en manos de quienes poseían el capital.

Un rasgo característico del atraso económico, aunque no siempre sinónimo de este, es que la mayoría de la población dependa de la agricultura y que está represente una porción muy grande de la producción total de los países subdesarrollados [...] Explotados por intermediarios de todas clases, obtienen precios bajos de lo poco que tienen para vender y pagan altos precios por los pocos productos industriales que pueden comprar. De ahí que el excedente económico que se exprime al sector campesino se apropie por los terratenientes, los prestamistas y los comerciantes y, en una menor proporción, por el Estado (Baran, 1975, 225).

A partir de estos argumentos, los teóricos Baran y Sweezy confirman que las condiciones de subdesarrollo en la periferia están dadas por el desarrollo histórico de las sociedades y la dinámica de apropiación del excedente económico entre las

clases sociales y no por factores como la sobrepoblación o los términos de intercambio, como afirmaban otros autores.

Un enfoque que también realizó importantes contribuciones para la reflexión sobre el subdesarrollo fue la escuela estructuralista, cuyos teóricos más representativos son Prebisch, Noyola Vázquez, Pinto, Sunkel y Furtado. Para los estructuralistas, existe un vínculo entre el desarrollo y el subdesarrollo:

[...] tanto el subdesarrollo como el desarrollo son dos aspectos de un mismo fenómeno, ambos procesos son históricamente simultáneos, están vinculados funcionalmente y, por lo tanto, interactúan y se condicionan mutuamente, dando como resultado, por una parte, la división del mundo entre países industriales, avanzados o “centros”, y países subdesarrollados, atrasados, o “periféricos”; y, por otra parte, la repetición de este proceso dentro de los países subdesarrollados en áreas avanzadas y modernas, y áreas, grupos y actividades atrasadas, primitivas y dependientes. El desarrollo y el subdesarrollo pueden comprenderse, entonces, como estructuras parciales pero interdependientes, que componen un sistema único (Sunkel, 1970, 6).

Bajo esta perspectiva, el bajo nivel de los ingresos y ahorros, la inestabilidad, el desempleo y el subempleo, la especialización en las exportaciones primarias y el atraso tecnológico, no son causas, sino los resultados del modo de funcionar de un sistema subdesarrollado. Los vínculos de estos fenómenos “se traducen y expresan en desigualdades flagrantes de riqueza y de pobreza, en estancamiento, en retraso respecto de otros países, en potencialidades productivas desaprovechadas, en dependencia económica, cultural, política y tecnológica” (Sunkel, 1970, 15).

Adicionalmente, Celso Furtado realiza un análisis del subdesarrollo partiendo del método histórico-estructural y con la influencia de la sociología marxista, desde la cual establece una visión de dependencia generada a partir de aspectos endógenos vinculados al desarrollo interno de las sociedades y no directamente como consecuencia de las acciones de los países desarrollados.

Él explica que la realidad social de los países subdesarrollados procede del dualismo estructural generado a partir de las relaciones de producción semifeudales

heredadas de la época colonial, caracterizadas por la falta de infraestructura, salarios bajos y economía a escala, en conjunto con la transformación derivada de la revolución tecnológica de finales del siglo XIX, cuando se incorporan nuevas estructuras exportadoras de tipo capitalista. Esto se refleja en los bajos salarios de la gran mayoría de la población:

[...] la apropiación del excedente [económico] por los grupos dirigentes no encuentra resistencia en los trabajadores, cuya conciencia de clase solo se va definiendo lentamente, debido al vasto subempleo estructural engendrado por aquel dualismo. Esa ausencia de vigor de la clase asalariada también constituye un factor que viene a entorpecer la formación del mercado interno. De esta manera, el excedente que pasa a manos de la clase dirigente tiende a originar formas del consumo suntuario o a filtrarse hacia inversiones en el exterior (Furtado, 1969, 43).

De acuerdo con Furtado (1972), en América Latina un amplio sector precapitalista se convirtió en el propietario del excedente económico, el cual fue utilizado como gasto y no como inversión, por este motivo propone que el Estado sea el coordinador de las decisiones económicas mediante el establecimiento de los objetivos nacionales y una serie de estrategias para alcanzarlos.

Finalmente, Cardos y Faletto (1986), principales representantes de la corriente del endogenismo consideraron que la situación de subdesarrollo nace de la relación entre sociedades periféricas y centrales, por lo que este concepto se refiere a la estructura de un tipo de sistema económico con predominio del sector primario, con fuerte concentración de la renta, poca diferenciación del sector productivo y predominio del mercado externo sobre el interno.

Una característica fundamental del subdesarrollo en los enfoques expuestos es el papel del comercio internacional como fenómeno mal utilizado dentro de los países periféricos, ya sea por el agotamiento de los términos de intercambio, por el ineficiente empleo del excedente económico o por la inacción estatal

En este sentido, el intercambio entre los países desarrollados y subdesarrollados no mostró los beneficios que la teoría clásica pregonaba, la especialización a partir de las ventajas comparativas no generó una división equitativa de ganancias ni

impulsaron el desarrollo igualitario de las sociedades en todas latitudes; la autorregulación del mercado ofreció beneficios solamente para los países del centro, mientras que en la periferia se observó el desvanecimiento del papel del Estado como agente del desarrollo interno.

No se presentó el equilibrio estable del que hablaban los teóricos clásicos y, por el contrario, los desequilibrios económicos permearon en las esferas social y política, generando al interior de los países subdesarrollados el atraso industrial, la desigualdad social y la inestabilidad política.

Si bien, no se puede atribuir únicamente comercio exterior la generación de las condiciones actuales que mantienen a los países de la periferia en un estado permanente de subdesarrollo, tampoco se puede negar el saqueo que han hecho los países industrializados, aprovechando las debilidades estructurales de los países más pobres, acentuando las condiciones de desigualdad, miseria, desempleo y abandono al interior de estas naciones.

Todos estos aspectos han derivado en la consolidación de una situación permanente de dependencia de los países de la periferia respecto a los países del centro y que, sin lugar a dudas, golpea de forma más acentuada a los grupos vulnerables de estas naciones.

En este sentido, desde la sociedad civil se plantea un movimiento de comercio alternativo, que pugna por el establecimiento de relaciones colaborativas entre todos los actores involucrados en la cadena de valor, basadas en el respeto, la igualdad y la transparencia para así, lograr que el comercio genere resultados positivos e impulse el desarrollo de aquellas naciones menos favorecidas.

1.2. Desarrollo del Comercio Justo

Las reflexiones en torno a las disparidades entre el Norte desarrollado y el Sur subdesarrollado fueron avanzando y complementándose gracias a los análisis y tesis surgidas a partir del estudio de las realidades en estos países. Uno de los

aspectos en los que se puso mayor énfasis fue el papel que juega el comercio internacional como detonante del desarrollo para algunos países o factor de atraso para otros.

A partir de esta reflexión y tras una toma de conciencia social sobre lo que sucedía dentro de sus comunidades, se generaron en el Sur movimientos orientados a impulsar un comercio alternativo en respuesta a lo que consideraban el fracaso del modelo de comercio convencional. Este comercio no convencional toma forma, se amplía y se disemina por el mundo hasta formar lo que hoy se conoce como Comercio Justo.

Si bien, se reconoce al Comercio Justo como un movimiento alternativo que busca condiciones cooperativas de intercambio entre los productores de la periferia y los consumidores del centro, no se puede hablar de un concepto homogéneo o permanente en el tiempo, debido a que se trata de una iniciativa social en constante evolución que se ha nutrido y fortalecido a partir de las reflexiones y las acciones de los grupos de la sociedad civil que lo han formado.

Aquí radica la importancia de comprender las raíces del movimiento, sus objetivos, sus principios y hacer una revisión histórica de sus avances y retrocesos, así como identificar las herramientas que aporta a los productores, los facilitadores y los consumidores finales, a fin de tener claridad sobre cómo funciona y cuáles son sus resultados.

1.2.1. Evolución del comercio no convencional

El movimiento de Comercio Justo plantea un modelo de intercambio económico alternativo en el que todos los actores involucrados establezcan lazos de cooperación e igualdad, para cambiar el modelo de intercambio tradicional por un esquema en el que se coloque en el centro a los productores y trabajadores marginados, por medio de herramientas que garanticen el respeto de sus derechos; en donde los intermediarios jueguen un papel activo en la sensibilización de los

consumidores, los cuales adquieren el compromiso de realizar compras informadas y conscientes.

El Comercio Justo como hoy lo conocemos es producto de la evolución del comercio no convencional, que es el intercambio de mercancías que tiene como principal objetivo la solidaridad “[...] con productores, comunidades y asociaciones de productores que se encuentran en situación desfavorable en relación con aquellos que participan de forma competitiva en el mercado y que derivan su sustento en esta participación” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2008, 22).

El primer antecedente del comercio no convencional ocurre a finales del siglo XIX con el movimiento cooperativo entre Reino Unido y la India a partir del cual surgen intercambios alternativos y cooperativos entre estos países. Posteriormente, en la década de 1940 se crean en Estados Unidos organizaciones de comercio alternativo que, con el apoyo de la iglesia, llevan a cabo ventas informales que brindan un espacio a refugiados y comunidades de bajos recursos para ofrecer sus productos a precios más justos.⁵

En la década de 1960 surge el término “Comercio Justo” para referirse a los movimientos sociales alternativos de Europa⁶ que protestaban contra la injusticia y la explotación en el mercado convencional y que hacían un llamado a la conciencia ecológica. En la práctica habían creado espacios de venta, principalmente de artesanías provenientes de países del Sur, e impulsaron la distribución de ganancias en términos más justos de intercambio.

⁵ Edna Ruth Byler comenzó a vender en Estados Unidos piezas elaboradas por artesanos pobres de Puerto Rico y a través de la organización *Ten Thousand Villages* (antes, *Self Help Crafts*). Difundía entre sus clientes las condiciones de vida de los productores, la lucha que mantenían contra los bajos precios del mercado internacional, los altos márgenes y la dependencia frente a los intermediarios. En 1952, durante la Conferencia Mundial Menonita, la organización instaló una feria en donde vendió las artesanías etiquetadas con precio justo, para 2006 registraron más de 20 millones de dólares en ventas y en 2009 fue reconocida por Forbes como una de las compañías más éticas del mundo (Marín, 2013, 473).

⁶ En Reino Unido, a través de la Organización No Gubernamental Oxfam, y Holanda, por medio de fundaciones de ayuda a jóvenes católicos se impulsó la venta de artesanías de refugiados chinos y otros grupos con dificultades económicas.

A nivel mundial se ha reconocido el inicio del movimiento de Comercio Justo durante la consigna hecha en la Primera Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (*United Nations Conference on Trade and Development*, UNCTAD) en Ginebra en 1964, en la que los países subdesarrollados pedían “comercio, no ayuda” (UNCTAD, 1964).

Este hecho reivindicaba el derecho de estos países a integrarse de lleno en el sistema de comercio internacional y la necesidad de consolidar un Nuevo Orden Económico Internacional⁷; era una protesta contra las políticas paternalistas y asistencialistas impulsadas por los países desarrollados para continuar el saqueo a estas naciones a través del establecimiento de términos comerciales desiguales.

Con el impulso generado a partir del mensaje de los países subdesarrollados en los foros internacionales, surgieron algunos programas encaminados a tomar acciones concretas para revertir la heterogeneidad en los intercambios comerciales entre Norte y Sur, a partir de la negociación de programas de comercio entre las partes con márgenes negociados de ganancias:

El programa integrado de materias primas fue una de las primeras apuestas para la concretización de un posible nuevo orden: proponía una serie de acuerdos internacionales sobre diez bienes (café, cacao, té, azúcar, fibras duras, yute, algodón, caucho, cobre y estaño) (Coscione, 2015).

Sin embargo, este movimiento no encontró el apoyo que se esperaba por parte de los gobiernos del Norte ni la cooperación entre las naciones del Sur, por lo que fracasó y el movimiento de Comercio Justo pasó a manos de las organizaciones de la sociedad civil en Europa y Estado Unidos, las cuales comenzaron a importar productos del Sur evitando a los intermediarios (Coscione, 2015).

⁷ Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI) es un término surgido en 1974 durante la VI Asamblea Especial de Naciones Unidas, donde se planteó la necesidad de adoptar un nuevo sistema de reglas para el funcionamiento de la economía internacional, fundado sobre tres pilares: a) el cambio de las reglas del comercio internacional desde el punto de vista económico y político, a través de la plena participación de los países en desarrollo en la elaboración de los nuevos principios (trato preferente y no reciprocidad); b) una mayor autonomía económica para complementar y potenciar las economías de los países en desarrollo (comercio para el desarrollo); c) un tipo de desarrollo “autocentrado” orientado a satisfacer las necesidades y los recursos domésticos, y la cooperación regional (Cantos, 1998).

Esta iniciativa por parte de la sociedad civil organizada daría inicio al entramado organizacional e institucional de comercio alternativo que, con el correr del tiempo, se convertiría en el movimiento de Comercio Justo, cuyo desarrollo puede dividirse en cuatro etapas o generaciones.

La primera generación de Comercio Justo se caracteriza por el surgimiento de organizaciones en Europa encargadas de importar productos de países como Vietnam, Cabo Verde, Nicaragua, Cuba y Mozambique, mismos que fueron vendidos bajo la premisa de “precios justos” en ferias, mercados, bazares e iglesias (ICCA, 2008).

En 1964, Oxfam creó la *Fair Trade Organisation*, que fue la primera importadora de productos originarios de países de la periferia con el objetivo de hacer más eficiente su distribución, ya que en su mayoría se trataba de productos agrícolas, miel y artesanías. A esta iniciativa le siguió la creación de organizaciones similares como *S.O. Wereldhandel. The Alternstive Trade Organisatie y Stichting Ideeel*.

El movimiento de comercio alternativo continuó su evolución y en 1969 se creó la primera tienda física de Comercio Justo en Breukelen, Holanda; la primera “tienda de la solidaridad” vendía productos provenientes de países subdesarrollados. La red de tiendas de la solidaridad se extendió por Europa y actualmente existen más de 3,000 establecimientos en 18 países de este continente (IICA, 2008).

Uno de los productos más importantes que se comercializaron en estas tiendas en el marco del comercio alternativo fue el café cultivado por cooperativas de productores en México y Guatemala, que superó los volúmenes de venta en las tiendas solidarias, lo cual impulsaría la creación de un sello de garantía para el reconocimiento de los productos de comercio alternativo en el futuro.

La segunda generación marca su comienzo con la caída del Muro de Berlín, cuando el mundo era testigo de grandes transformaciones sociales y, por lo tanto, había una mayor sensibilidad sobre el movimiento, lo que permitió ampliar la difusión del mismo y extender el nicho de mercado de las mercancías que se comercializaban.

En este periodo se crearon los primeros Sellos de Garantía de Comercio Justo⁸, en 1988 gracias al trabajo coordinado de productores de café en Oaxaca, organizados en la Unión de Comunidades Indígenas de la región del Istmo, y con el apoyo de la organización holandesa Solidaridad, se adoptó la certificación de café bajo el Sello Max Havelaar, el cual abriría camino para certificaciones posteriores como TransFair y Fairtrade.

Durante este periodo, se modificó el enfoque de crear un mercado alternativo y se buscó cambiar el sistema internacional de comercio (Ugalde, 2019: 24), por lo que se crearon instituciones que le dieran solidez al movimiento y tras el éxito de los sellos de garantía (Max Havelaar y TransFair), en 1989 se creó la International Federation of Alternative Trade (IFAT) que actualmente es la World Fair Trade Organization (WFTO) y para 1997 se fundó la Fairtrade Labelling Organizations International (FLO, hoy Fairtrade).

Las décadas de 1980 y 1990 traerían consigo una serie de fenómenos internacionales que representarían un verdadero reto para el Comercio Justo: la expansión del modelo neoliberal caracterizado por la reducción de la participación del Estado en el mercado, la desregulación de los mercados, el mayor impulso al sector privado y la promoción del libre comercio, además de la globalización, donde la acelerada integración de los mercados y las mejoras tecnológicas en comunicaciones y transportes, transformarían el modelo de comercio internacional.

Para satisfacer la demanda mundial, las grandes empresas adoptaron conductas tendientes a aumentar la producción y disminuir el desperdicio, generando daño a la salud, a los ecosistemas locales, además de cambio climático y el uso desmedido de los recursos no renovables (Fairtrade International, 2016); estas conductas afectaban directamente a los pequeños productores quienes se encontraban dispersos y fragmentados.

⁸ Los principales objetivos de la certificación eran: aumentar los volúmenes de ventas de los pequeños productores usando los canales convencionales de las grandes superficies y supermercados; y crear una marca de confianza que los consumidores pudieran reconocer fácilmente entre los productos ofrecidos por los canales comerciales tradicionales (Coscione, 2015).

Aunado a esto, el intercambio internacional estaba vinculado directamente a problemáticas propias de los países de la periferia como la pobreza, la informalidad, el desempleo, la subcontratación, la falta de derechos laborales y el escaso acceso a protección social, como lo habían expuesto los teóricos de subdesarrollo.

La tercera generación de Comercio Justo llegó con el cambio de siglo, caracterizado por una transformación en el entorno económico, político y social, donde el proceso de globalización, cada vez más extendido, permitió impulsar el posicionamiento de sellos de garantía, cuyo uso se afianzó principalmente en los países del Norte; aparecieron también nuevas certificaciones en materia ambiental y social.

Estas certificaciones lograron consolidar su posición como herramientas para identificar los productos que pertenecían al movimiento, gracias a que durante este periodo se sumó a la red de Comercio Justo un amplio número de productores, situación que fortaleció a las instituciones creadas y especialmente a Fairtrade.

Esta tercera generación destacó por el papel que jugaron los productores en la cadena valor del Comercio Justo; su papel ya no era solamente proveer de los productos que se comercializaban, sino que, a través de redes de cooperación con los comercializadores, ellos se involucraban en toda la cadena de valor, lo que les ofrecía la oportunidad de participar como socios de las diferentes empresas de Comercio Justo (IICA, 2008).

Como parte de este sistema se crearon redes para impulsar la investigación y mejora de los productos que se ofrecían bajo los sellos de garantía, a fin de ofrecer a los consumidores una mayor calidad. Esto atrajo el interés de intermediarios y comerciantes, quienes poco a poco se fueron integrando a esta red de comercio alternativo.

Con un movimiento más consolidado, la adopción de instituciones propias y un amplio número de integrantes, lo que había comenzado como una iniciativa de comercio alternativo, se transformó formalmente en el sistema de Comercio Justo, identificado como “un mini-sistema paralelo insertado en uno más grande, que

presentando una diversa gama de valores para demostrar que se puede hacer una diferencia en cuanto a los resultados finales del comercio” (Almanza-Alcalde, 2005).

El Comercio Justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur. Las Organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas del comercio internacional convencional (World Fair Trade Organization-Fairtrade Labelling Organization [WFTO-FLO], 2009).

Así es que la cuarta generación comienza con la adopción de una clara definición de Comercio Justo y solidez en sus instituciones, lo que propició alianzas de los grandes sellos con cadenas de distribuidores; la adopción de nuevas estrategias de expansión de la comercialización de productos certificados; la potencialización de la membresía de nuevas organizaciones a esta red de comercio alternativo y la expansión de las redes nacionales e internacionales.

Estas transformaciones aceleradas generaron debates al interior del sistema de Comercio Justo, dando lugar a críticas sobre el rumbo que tomaba el movimiento respecto a la defensa de los valores y principios que buscaba alcanzar. Al respecto Fridell (2007) argumentaba que: “el movimiento de Comercio Justo no cambia radicalmente las relaciones de producción detrás de los motores de la economía de mercado de generación de competencia, acumulación y beneficio”.

Como parte del debate, se cuestionaba si el movimiento de Comercio Justo mantenía los principios y objetivos fijados en su génesis, como un fenómeno alternativo y opuesto al intercambio de corte capitalista, o si había sido absorbido por el sistema de comercio internacional (Sánchez, 2017).

La inclusión de nuevos actores, más cercanos al capitalismo tradicional, reavivaron los debates a favor y en contra de la política estratégica de los sellos de garantía que ya existían, aunque quienes formaban parte del sistema de Comercio Justo

coincidían en la necesidad de mantener el movimiento como una estrategia para reducir la pobreza.

La degeneración del movimiento consistiría en que las mismas Organizaciones de Comercio Justo se convirtieran en facilitadores de la empresa privada, de la empresa lucrativa, cuya misión es la solidaridad a través del comercio. Sin embargo, esas empresas serían útiles al Comercio Justo vendiendo sus servicios a las Organizaciones de Comercio Justo que lo demanden. Si existe voluntad de ayuda pueden ofrecer cobertura y asesoría. Cabe, pues, un papel en el Comercio Justo para la empresa privada lucrativa en tramos no estratégicos del ciclo económico (Sánchez, 2017).

Las Organizaciones de la Sociedad Civil, principales impulsoras del Comercio Justo plantean dos enfoques de aproximación a este fenómeno (Marín, 2013, 467-468):

- a) La tendencia tradicional o dominante es aquella que busca una reforma de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que permita la intervención de los países en desarrollo en la adopción de reglas más justas. Este enfoque considera que la venta de productos con el sello de Comercio Justo en las grandes cadenas internacionales como Walt Mart, Carrefour o Starbucks es un gran avance en la consolidación de un intercambio comercial global más equitativo.
- b) La tendencia global o alternativa es aquella que percibe a los productores de los países en desarrollo como un aliado estratégico en la transformación del sistema político y económico internacionales. Esta corriente se opone a vincularse con las grandes cadenas internacionales, abogan por la soberanía alimentaria y se niegan a tratar con la Organización Mundial del Comercio (OMC) temas referentes al Comercio Justo y cualquier objetivo que este persigue.

Ambas tendencias de Comercio Justo, siguen siendo modelos comerciales que ponen en el centro a los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental, en vez de la maximización de las ganancias. Es un modelo que busca

dignificar el trabajo de todos los actores involucrados en las cadenas de valor, fomentando una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales (Coscione y Mulder, 2017).

La inclusión de nuevos temas en la agenda de Comercio Justo le permitió sumarse a los esfuerzos internacionales en el marco de los movimientos de soberanía alimentaria, agroecología, cambio climático y Derechos Humanos. Por lo que este movimiento también incorporó a su agenda los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los 17 ODS y las 169 metas se establecieron en 2015 por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para los próximos 15 años. La denominada Agenda 2030 busca responder a la multidimensionalidad de la pobreza, la desigualdad y la exclusión social, y en un esfuerzo conjunto, gobiernos, sector privado e iniciativas de la sociedad civil organizada se han sumado a las acciones para alcanzar los siguientes objetivos (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015):

- i) Fin de la pobreza.
- ii) Hambre cero.
- iii) Salud y bienestar.
- iv) Igualdad de género.
- v) Agua limpia y saneamiento.
- vi) Energía asequible y no contaminante.
- vii) Trabajo decente y crecimiento económico.
- viii) Industria, innovación e infraestructura.
- ix) Reducción de las desigualdades.
- x) Ciudades y comunidades sostenibles.
- xi) Producción y consumo responsables.
- xii) Acción por el clima.
- xiii) Vida submarina.
- xiv) Vida de ecosistemas terrestres.
- xv) Paz, justicia e instituciones sólidas.

xvi) Alianzas para lograr los objetivos.

El Comercio Justo es resultado de la evolución de la iniciativa de comercio no convencional surgida en la década de 1960, que se ha nutrido de las aportaciones de sus miembros, de los debates al interior del propio movimiento y los distintos enfoques desde los que se ha abordado como una opción viable para el desarrollo de los países subdesarrollados.

Es así que, el movimiento de Comercio Justo se ha adaptado y nutrido de las transformaciones del entorno internacional, encaminando sus objetivos hacia la consecución de nuevas metas, pero manteniendo la esencia del comercio alternativo, solidario y justo.

El actual sistema de Comercio Justo mantiene los principios de respeto, cooperación, justicia, democracia y libertad que le dieron vida, al tiempo que se ha fortalecido con la incorporación de nuevos temas a su agenda como sustentabilidad, Derechos Humanos y consumo responsable; en este sentido, sigue siendo un movimiento alternativo que pertenece y toma fuerza gracias a la acción social.

1.2.2. Comercio Justo Internacional

Debido a la propia evolución del comercio no convencional y la transformación que ha tenido, existen algunas dudas entre lo que es y no es el Comercio Justo. Desde un enfoque simplista, se puede entender como el precio adicional que se paga por un producto que fue elaborado siguiendo principios como el respeto al medio ambiente, condiciones adecuadas de trabajo, libertad de asociación y remuneración adecuada a los trabajadores.

Sin embargo, pagar un precio más alto por la garantía de que una mercancía fue elaborada bajo ciertas condiciones de justicia, podría generar confusiones. El Comercio Justo no debe ser vinculado con el concepto de “ayuda”, pues aquí radica la reivindicación hecha en 1964 y que fue la génesis de este movimiento; “el

Comercio Justo no es caridad, sino un compromiso para el cambio y el desarrollo a través del comercio” (WFTO-FLO, 2009).

El actual modelo de Comercio Justo es un movimiento social de dimensiones mundiales, que puede ser definido como:

[...] un movimiento internacional que pretende eliminar las relaciones comerciales injustas entre Norte y Sur; estableciendo lazos de unión lo más directos posibles entre cooperativas de las poblaciones más desfavorecidas de los países en vías de desarrollo [...] y organizaciones del Norte. El fin último del CJ es lograr que las personas puedan vivir dignamente de su trabajo (Cacho; et. al., 2010).

Este movimiento busca establecer un intercambio en igualdad de condiciones, evitar el proteccionismo y la discriminación, evitar las grandes diferencias de precios que se pagan en los países del Norte y del Sur y erradicar la explotación de los productores y los trabajadores. Por este motivo:

El comercio justo es una forma alternativa de comercio difundida por varias organizaciones no gubernamentales, por la Organización de Naciones Unidas [...] y por movimientos sociales y políticos que promueven una relación comercial voluntaria y justa entre productores, intermediarios y consumidores (Bringas y Capaldo, 2013, 3).

Actualmente, el Comercio Justo es un movimiento reconocido a nivel internacional, amparado por organizaciones internacionales y gobiernos, con objetivos claramente definidos y resultados tangibles. De acuerdo con la Carta Internacional del Comercio Justo:

El Comercio Justo es una alianza comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y garantizando los derechos de personas productoras y trabajadoras marginadas - especialmente en el Sur.

Las transacciones de Comercio Justo existen dentro de un ‘contrato social’ implícito en el que los compradores (incluidos los consumidores finales) aceptan hacer más de lo que sería de esperar en el mercado convencional, como por ejemplo pagar precios

justos, proporcionar prefinanciación y ofrecer apoyo para el desarrollo de capacidades. A cambio, los productores utilizan los beneficios del Comercio Justo para mejorar sus condiciones sociales y económicas, sobre todo entre los miembros más desfavorecidos de su organización (WFTO-FLO, 2009, 6).⁹

El Comercio Justo defiende una relación colaborativa entre productores, intermediarios y clientes, bajo la premisa de que todos tienen, los mismos derechos y el intercambio debe de generar beneficios para todas las partes. Ofrece a los productores la oportunidad de mejorar su condición de vida, al tiempo que dota a los consumidores de mecanismos para colaborar en la reducción de la pobreza con cada una de las elecciones de compra que toman.

Entre las garantías que ofrece el comercio justo a todas las partes involucradas, se puede destacar (WFTO, 2020):

- Salarios justos y condiciones laborales dignas para los productores.
- Protección de los derechos fundamentales, incidiendo especialmente en la igualdad de género y la no explotación infantil.
- Productos de calidad, elaborados de manera respetuosa con el medio ambiente y la utilización de las materias primas

Los pilares del movimiento son las personas que intervienen en su funcionamiento, todos aquellos actores involucrados en la cadena de valor que hacen un esfuerzo adicional para que las actividades que realizan a lo largo de los procesos de producción, almacenamiento, distribución, compra y venta generen una diferencia en las condiciones de vida de las poblaciones más vulnerables:

⁹ Esta definición parte del acuerdo de las principales organizaciones de Comercio Justo europeas (FLO, WFTO Network of European Worldshops y European Fair Trade Association, EFTA) y ha sido fuertemente criticada desde el Sur por no subrayar el potencial de transformación y construcción desde abajo que el Comercio Justo representa; pues no se limita a “una estrategia de comercialización sino, además, de promoción de la producción local sustentable, la generación de empleo, relaciones de equidad entre mujeres y hombres y entre generaciones, y de movilización de valores éticos culturales para el desarrollo desde el espacio local” (Cotera Fretel 2007, 106).

- Pequeños productores asociados.

Dentro del movimiento de Comercio Justo se trabaja de forma directa con ellos, se les da voz y se les hace conscientes de su papel como actores principales de su desarrollo y el de sus comunidades. Se organizan principalmente en familias, cooperativas, federaciones, talleres y empresas; funcionan bajo el criterio de participación activa de todos sus miembros; permiten la obtención y el reparto de los beneficios del trabajo de forma homogénea.

Al incorporarse al Comercio Justo los productores obtienen acceso a nuevos mercados internacionales, a un precio adecuado por sus productos; garantías de compra; pago por adelantado; y asistencia técnica, a cambio, se comprometen a invertir parte de los ingresos en la mejora de sus productos y el desarrollo de sus comunidades (Cacho; et. al., 2010).

Lo que hace diferente al Comercio Justo es que “es una alternativa al comercio tradicional. Ofrece a los productores vías para comercializar sus productos, que, además de tener en cuenta los criterios económicos, pone atención en los valores sociales y en los aspectos ecológicos” (Sichar y Cabrera, 2002, 48).

- Mediadores o facilitadores.

Son principalmente miembros de la sociedad civil organizada o empresas comercializadoras cuyo objetivo es ser el vínculo entre productores y consumidores. Su función es integral y no se limita a la comercialización de las mercancías, como en el intercambio tradicional, sino que proporcionan ayuda económica, técnica y de comercialización a los productores (WFTO, 2020).

Es posible dividirlos en dos rubros: importadoras y tiendas de Comercio Justo. Los primeros compran los productos de sus países de origen; brindan capacitaciones para la mejora de los productos; avalan las mercancías; y

colaboran con compañías orientadas a la sensibilización, generando conciencia de las condiciones injustas del intercambio convencional.

Las tiendas de Comercio Justo se especializan en vender estos productos; ofrecen al consumidor la información sobre los mismos; las condiciones de elaboración; y llevan a cabo campañas de formación y sensibilización respecto al movimiento con el objetivo de formar a los consumidores responsables.

- Consumidores responsables.

El consumidor responsable busca “cambiar nuestros hábitos de consumo, ajustándolos a nuestras necesidades reales y buscar en el mercado las opciones que más favorezcan a la conservación del medio ambiente y a la igualdad social” (Barbero, *et. al.*, 2010).

Los consumidores son un actor activo dentro de la cadena de Comercio Justo, son individuos responsables, informados y conscientes de todo lo que involucra poner en sus manos una mercancía. El consumo responsable involucra el consumo ético (ajustarse a lo que realmente se necesita); el consumo social o solidario (pagar lo justo por el trabajo que involucra el producto que se adquiere) y el consumo ecológico (tener en cuenta las “3 erres”: *reducir, reutilizar y reciclar*) (Cacho; *et. al.*, 2010).

Cada uno de los actores involucrados en este sistema deben guiar sus actividades con base en los diez principios del Comercio Justo, los cuales están alineados a los ODS y han sido definidos con miras a lograr los objetivos del movimiento, velando por el bienestar y desarrollo de los productores y trabajadores marginados. Estos principios son (Fairtrade, 2016):

- Creación de oportunidades para productores en desventaja económica.
- Transparencia y rendición de cuentas.
- Prácticas de comercio justas.
- Un precio justo.

- No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso.
- Compromiso de no discriminación, igualdad de género, potestad económica de las mujeres y libertad de asociación.
- Condiciones de trabajo dignas.
- Desarrollo de capacidades.
- Promoción del Comercio Justo.
- Respeto por el medio ambiente.

Desde su surgimiento como un movimiento antisistémico, el Comercio Justo ha ganado más espacios, tanto geográficos como en volumen de mercancías, por lo que comprende diversos sectores productivos:

- Sector alimentario: café, plátanos, chocolate, té, azúcar, mermeladas, galletas, miel, arroz, ron, vino, cereales, especias, frutos secos, vinagre y salsas.
- Sector artesanal: bisutería, joyería, marroquinería, artículos para el hogar (bandejas, vasos, jarras, platos, juegos de té, jarrones, marcos de fotos, candelabros), útiles de cocina, cestas, juguetes, muñecos, material de papelería, instrumentos musicales, máscaras, pañuelos, tapices, manteles, toallas, colchas, mochilas, alfombras y textiles como rebosos, blusas, huanengos, chalecos, huipiles, faldas y vestidos, entre otros.
- Varios: muebles, discos compactos, libros, juegos infantiles, juegos de mesa, velas, balones de fútbol, atriles y hamacas, entre otros.

El Comercio Justo Internacional va más allá de la reivindicación de los pequeños productores, es un entramado institucional y organizativo donde la sociedad civil (productores, intermediarios y consumidores) es el actor principal. Actualmente la gama de productos que se ofrecen es muy variada y su oferta no se ve acotada geográficamente. La tarea de sensibilización ha sido y continúa siendo el eje del movimiento, característica que le ha permitido seguir vivo y mantener el interés y el compromiso de quienes forman parte de él.

1.2.3. Estructura del Sistema de Comercio Justo

El movimiento de Comercio Justo funciona gracias a los tres pilares que lo conforman: los pequeños productores, los mediadores-facilitadores y los consumidores responsables y sociedad civil. Cada uno de ellos lleva a cabo actividades esenciales a lo largo de la cadena de valor.

La base y punto de partida del movimiento son los pequeños productores, quienes se asocian para crear organizaciones y trabajan de forma conjunta en sectores específicos de la producción. Los colectivos o cooperativas de pequeños productores se adhieren a coordinadoras nacionales que, a su vez, forman parte de instituciones certificadas en Comercio Justo a nivel mundial.

El objetivo de las coordinadoras nacionales es esencialmente político: a través de la articulación de las organizaciones de productores se impulsa el posicionamiento de los problemas e intereses del Comercio Justo en la agenda pública y de los gobiernos de cada país, dándoles visibilidad y atrayendo el interés de otros actores al movimiento; asimismo, las coordinadoras nacionales funcionan como plataforma para insertar a estos grupos en foros internacionales.

En México existe la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo¹⁰, que de forma democrática agrupa a las organizaciones de pequeños productores con el objetivo de construir alternativas de desarrollo sustentable y autogestivo, permitiéndoles involucrarse en los mercados del Comercio Justo certificado nacional e internacionalmente.

De acuerdo con el Coordinador General de este organismo, entre las actividades que desempeñan destacan la difusión de los criterios de Comercio Justo, impartición de talleres y capacitaciones, mejoras técnicas para el desarrollo de sus productos y vinculación de los productores con las organizaciones internacionales de Comercio

¹⁰ La organización Comercio Justo México AC., cuya misión era la promoción del desarrollo y la comercialización de productos y servicios de pequeños productores mexicanos en beneficio de su desarrollo social, económico y ambientalmente sustentable, en una relación solidaria con los consumidores, suspendió sus labores debido a falta de financiamiento y fue la Coordinadora la única organización a cargo de la representación de México ante otras organizaciones de Comercio Justo a nivel internacional.

Justo, actualización de los criterios de evaluación y especificaciones de producción para ciertos productos (L. Martínez, comunicación personal, 23 de julio de 2020).

A nivel regional la organización representante del movimiento de Comercio Justo que dirige los esfuerzos por alcanzar los objetivos planteados es la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). Fue creada en 2004 y representa a 620 organizaciones de pequeños productores y asociaciones de trabajadores rurales en 24 países del continente, con un total de 300, 000 pequeños productores y trabajadores rurales aproximadamente.

Además de la representación de sus asociados, la CLAC articula a las organizaciones de productores de una misma mercancía en foros que les permiten tratar temas relevantes sobre producción, abastecimiento y venta de productos específicos, existen así la Red Café (de la que México es miembro), la Red de Banano, la Red de Miel y la Red de Cacao, entre otros foros.

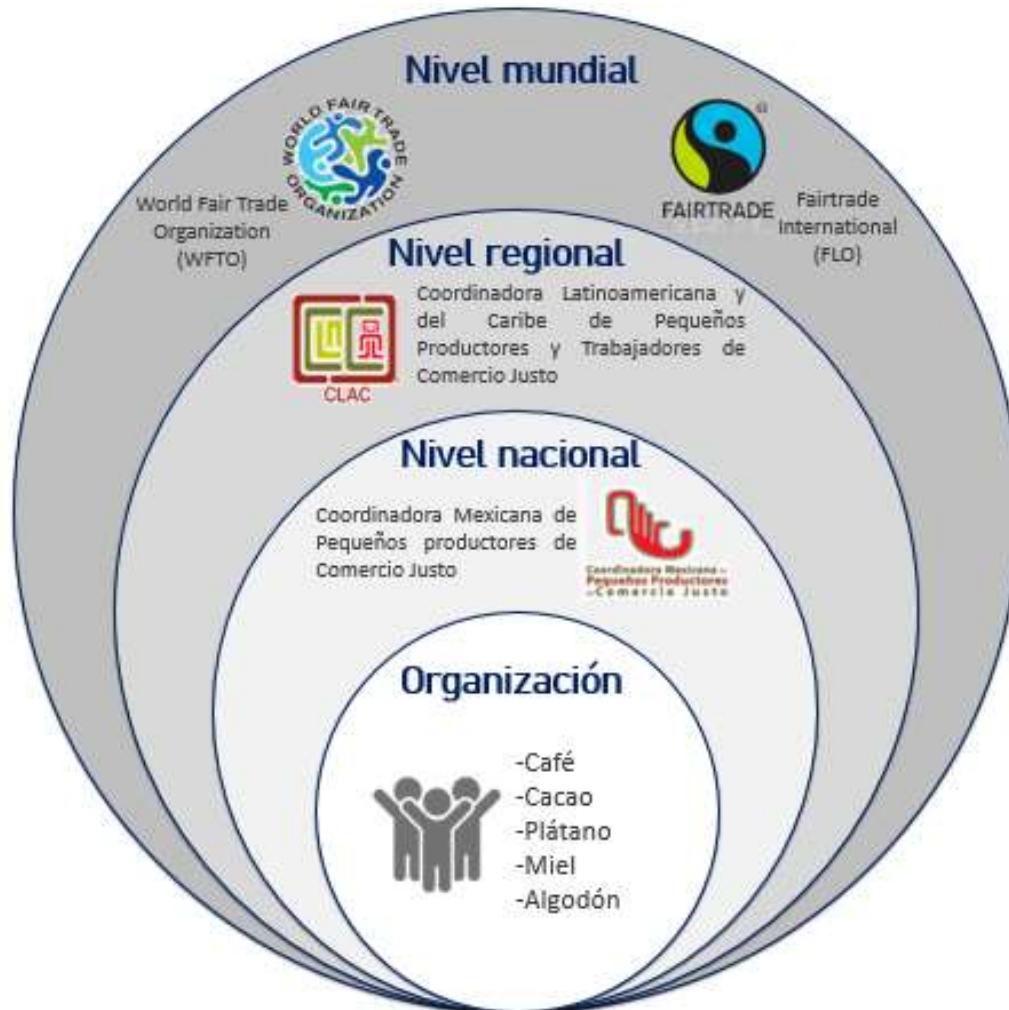
Las coordinadoras nacionales son espacios idóneos para coordinar las actividades a nivel de país, gestionar recursos, implementar proyectos, fortalecer a sus miembros y para hacer incidencia política. Por otra parte, las redes de producto a nivel continental son espacios donde las organizaciones discuten temas de precios, costos de producción, mercado, mercadeo, productividad, calidad (Coscione, 2012, 73-75).

A nivel mundial, el sistema de Comercio Justo lo representan las siguientes organizaciones (ver figura 1):

- *World Fair Trade Organization (WFTO)*. La Organización Mundial de Comercio Justo tiene presencia en 76 países y cuenta con más de 350 organizaciones afiliadas que están presentes en toda la cadena de valor de Comercio Justo, desde la producción hasta la venta. Su objetivo es facilitar que los pequeños productores mejoren sus vidas a través del comercio justo sostenible y trata de abrir mercado por medio de políticas, promoción campañas, marketing y monitoreo.

- *Fairtrade Labelling Organizations International (Fairtrade International o Fairtrade)*. Está conformada por 24 organizaciones, 19 de ellas son certificadoras; cuenta con la marca *Fairtrade*, por lo que desarrolla los estándares y lleva a cabo los procesos de certificación de los productos de Comercio Justo, que actualmente son más de 30,000 a nivel internacional.

Figura 1. Sistema Internacional de Comercio Justo



Fuente: elaboración propia con base en World Fair Trade Organization [WFTO]. (2020). Recuperado en <https://wfto.com/>; Fairtrade International. (2020). Recuperado en <https://www.fairtrade.net/>; Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo [CLAC]. (2020). Recuperado en [http://clac-comerciojusto.org/#:~:text=La%20Coordinadora%20Latinoamericana%20y%20del,Caribe%2C%20as%C3%AD%20como%20otras%20organizaciones.](http://clac-comerciojusto.org/#:~:text=La%20Coordinadora%20Latinoamericana%20y%20del,Caribe%2C%20as%C3%AD%20como%20otras%20organizaciones.;); L. Martínez, comunicación personal, 23 de julio de 2020.

El sistema de Comercio Justo ha construido un entramado institucional que permite establecer planes y estrategias con base en principios y objetivos claramente definidos, pero también indicadores que facilitan medir el avance de los mismos, convirtiéndolo en un movimiento de intercambio comercial alternativo completamente efectivo y fiable, que goza de la credibilidad de los miembros de los gobiernos, organizaciones y sociedad civil que lo componen.

La evolución del comercio no convencional se ha consolidado en lo que hoy conocemos como Comercio Justo y lo que comenzó como una reivindicación: “comercio, no ayuda”, se ha transformado en un sistema de intercambio internacional sólido que representa una opción viable frente al modelo capitalista tradicional que continúa manteniendo las mismas reglas y que no permite a los pequeños productores insertarse en él de forma exitosa, para obtener resultados positivos que propicien el desarrollo de sus comunidades.

El actual sistema de Comercio Justo tiene como base diez principios rectores que están alineados a los compromisos establecidos en la Agenda 2030; y a partir de los cuales se define una estrategia que involucra a cada uno de los eslabones de la cadena de valor, para que, por medio de acciones muy puntuales, se genere un cambio en favor de prácticas comerciales más justas.

1.3. Teoría del Cambio e instrumentos del Comercio Justo

El Comercio Justo parte de la toma de conciencia y el debate generado a partir de las ideas expuestas por la escuela estructuralista, la teoría de la dependencia y del desarrollo. Se trata de un movimiento social que surge en respuesta a las disparidades que evidenciaban los teóricos durante la segunda mitad del siglo XX y por medio del desarrollo de un movimiento social, busca crear una alternativa viable que promueva el desarrollo en países de la periferia, en regiones como Asia, África y América Latina.

A partir de las iniciativas propuestas en el marco del comercio no convencional, se desarrolló el Comercio Justo como un movimiento a nivel global, el cual, ha

diseñado una metodología para impulsar prácticas comerciales justas en todo el mundo y medir su impacto; asimismo ha desarrollado herramientas que garantizan a los productores el cumplimiento de sus derechos; dan certidumbre a los comerciantes sobre la efectividad del modelo; y sensibilizan a los consumidores sobre el origen de los productos que adquieren.

1.3.1. Teoría del Cambio del Comercio Justo

En el marco del movimiento a favor de un intercambio alternativo a nivel internacional se ha adoptado la Teoría del Cambio del Comercio Justo, una metodología cuyo objetivo parte de la visión de un mundo en el que los pequeños productores y trabajadores pueden disfrutar de estilos de vida seguros y sustentables, aprovechando su potencial y decidiendo sobre su futuro.

Dentro de la estructura se delimitaron tres grandes metas a alcanzar: hacer Comercio Justo; empoderar a pequeños productores y trabajadores; y promover estilos de vida sustentables. Para lograrlo se establecieron acciones específicas en cuatro sectores determinantes: productores, cadena de suministro, consumidores y sociedad civil (Fairtrade International, 2016, 4).

La Teoría del Cambio de Comercio Justo se refiere a cuatro sectores como parte de su estrategia debido a que, además de los tres pilares que integran el movimiento, se concede un lugar especial a las acciones que se gestan desde la sociedad civil organizada. En este sentido se establecen acciones específicas para cada uno de los actores involucrados en la cadena de valor con base en los objetivos y los principios establecidos (Fairtrade International, 2016, 9):

- Productores y trabajadores marginados: promoción de apoyo a pequeños productores a fin de que construyan organizaciones fuertes que les faciliten el acceso a insumos, créditos y ayuda técnica. Asimismo, el impulso a los trabajadores para consolidar organizaciones sindicales independientes y democráticas que incidan en la adopción de las políticas y prácticas comerciales justas.

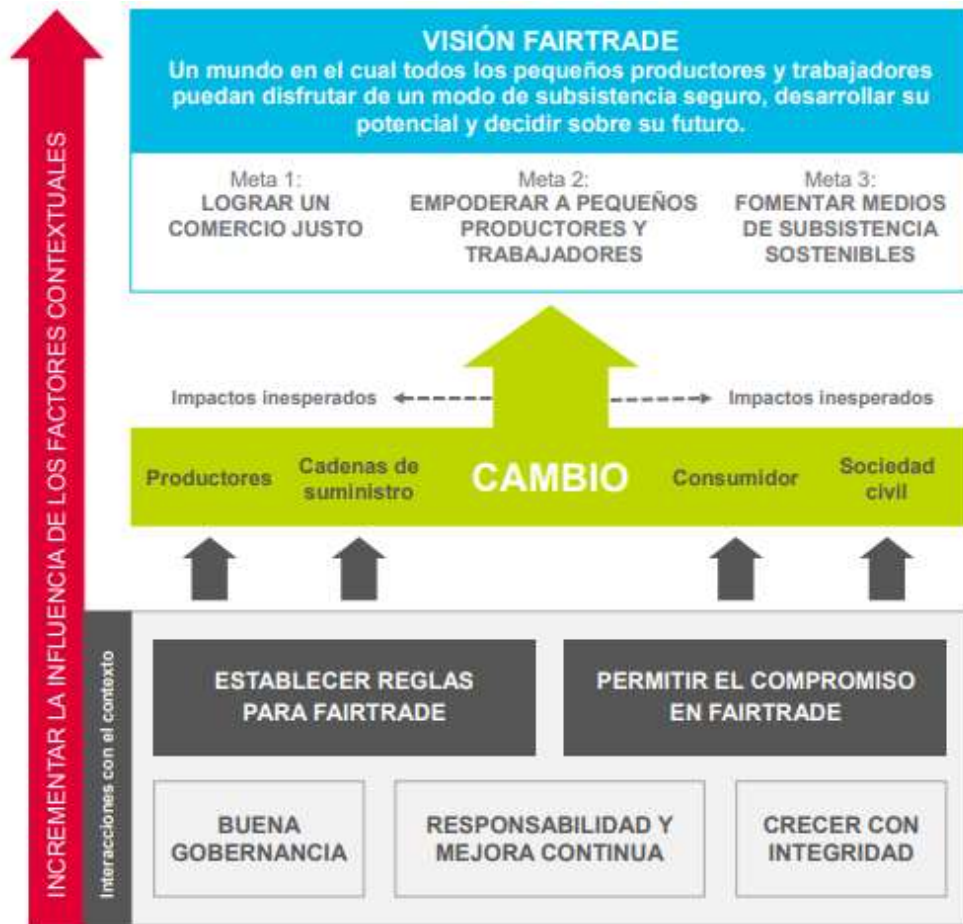
- Cadena de valor: impulso de una cadena de valor transparente, cooperativa y respetuosa con los derechos de los actores involucrados, velando por el cumplimiento de los Derechos Humanos y la protección y cuidado del medio ambiente.
- Consumidores finales: despliegue de mecanismos para la sensibilización de los clientes, a fin de que estos estén informados sobre las consecuencias negativas del comercio desleal y la importancia del apoyo a los productores.
- Sociedad civil: fortalece la influencia de la sociedad civil sobre las prácticas comerciales, promueve acciones justas y el comercio sustentable.

En esta metodología se reconoce que las estrategias de Comercio Justo evolucionarán con el paso del tiempo y de acuerdo a las necesidades del entorno; no obstante, se asume que la visión, el propósito y los principios fundamentales del movimiento deben prevalecer, a fin de contar con un marco de referencia que permita evaluar sus resultados y establecer estrategias con base en los datos obtenidos (ver figura 2).

Para lograr la transformación de comercio convencional a Comercio Justo, la Teoría del Cambio plantea dos formas de incidencia, los principios clave y las intervenciones. Los primeros se centran en el empoderamiento y organización de apoyo de pequeños productores y trabajadores; el establecimiento de un buen gobierno con equidad y representación de todas las partes interesadas; así como el compromiso con el aprendizaje y responsabilidad de mejora continua (Fairtrade International, 2016).

Adicionalmente, las intervenciones hacen referencia al apoyo a pequeños productores, trabajadores y sus organizaciones; la construcción de mercados de Comercio Justo donde se desarrollen conjuntamente productores y/o trabajadores, empresas y ciudadanos-consumidores; el desarrollo de redes y alianzas y el establecimiento de certificaciones o sellos de garantía de los productos que se comercializan.

Figura 2. Teoría del Cambio de Comercio Justo



Fuente: Fairtrade International. (2005), *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Comerciantes*. Recuperado de https://files.fairtrade.net/standards/TS_SP.pdf

Uno de los ejes de acción más importantes dentro de la Teoría del Cambio de Comercio Justo es la certificación de los productos, los procesos y las organizaciones que hacen comercio justo. Estas certificaciones están respaldadas por organizaciones de alcance internacional y permiten a los consumidores identificar aquellas mercancías que fueron elaboradas y comercializadas bajo los principios de este modelo.

Existe una amplia variedad de certificaciones que permiten a los pequeños productores, intermediarios-facilitadores y comerciantes incorporarse al sistema de

Comercio Justo; grosso modo, estas se pueden dividir en dos: sellos de garantía, para productos, y certificación de organizaciones.

1.3.2. Sellos de garantía

En los últimos años, el movimiento de Comercio Justo ha logrado una mayor difusión y aumentado su impacto especialmente en los mercados de países desarrollados, debido a la adopción de los sellos de garantía, que son aquellas certificaciones otorgadas a productos que se comercializan en el marco de este sistema y que garantizan al consumidor que, en su origen y/o proceso de elaboración, se ha cumplido con los principios que establece este movimiento.

Para ser reconocido como parte del sistema de Comercio Justo a través de la obtención de un sello de garantía se debe cumplir con un proceso compuesto por tres fases: una autoevaluación, una auditoria externa y evaluaciones por parte de otras organizaciones miembro; una vez aprobada la membresía, es revisada y evaluada cada tres años.

El sistema de sellos de garantía reconoce el cumplimiento de los principios del Comercio Justo y actualmente es coordinado y monitorizado por Fairtrade. Existen siete rubros para la obtención de esta certificación, que puede ser otorgada a productos, procesos de producción, proyectos y organizaciones que lleven a cabo actividades encaminadas a cumplir los objetivos de este movimiento. Estas categorías se detallan a continuación (ver anexo 1):

- a) Comercio Justo Fairtrade para organizaciones de pequeños productores y comerciantes: se otorga a productos como caña de azúcar, cereales, cacao, café. plantas para fibras (algodón sin desmontar), fruta fresca, hierbas aromáticas, infusiones de hierbas y especias, miel, nueces, semillas y frutas oleaginosas, frutas y verduras conservadas y preparadas, té y vegetales. Dentro de esta categoría, que incluye a recolectores (as), cosechadores (as) de especies silvestres y productores de semillas, se evalúa el manejo de las prácticas de producción, protección ambiental, convenciones laborales,

comercio sostenible, desarrollo potencial, democracia, participación y transparencia, prefinanciamiento y precios (Fairtrade, 2019).

- b) Comercio Justo Fairtrade para trabajadores contratados: se otorga a productos como flores y plantas, fruta fresca, vegetales frescos, hierbas aromáticas e infusiones de hierbas, semillas y frutas oleaginosas, fruta conservada y preparada, balones deportivos, té.

Los requisitos de esta certificación garantizan que los empleadores paguen salarios dignos, aseguren el derecho a afiliarse a sindicatos y se cercioren de respetar la salud, la seguridad y los principios ambientales (Fairtrade, 2014).

- c) Comercio Justo Fairtrade para producción por contrato: se otorga a productos como flores y plantas, fruta fresca, vegetales frescos, hierbas aromáticas e infusiones de hierbas, semillas y frutas oleaginosas, fruta conservada y preparada, balones deportivos, té.

Este sello de garantía busca beneficiar a los pequeños productores trabajadores del Sur a aumentar su acceso a los mercados; conducir a mejorar en el bienestar social y económico de los pequeños productores y trabajadores e implementar la sostenibilidad del medio ambiente (Fairtrade, 2016).

- d) Comercio Justo Fairtrade para comerciantes: se otorga a productos que se compran o venden en el marco del movimiento de Comercio Justo hasta su embalaje final; que se compran directamente a productores o son responsables de pagar o transmitir el precio o la Prima Fairtrade; a empresas que han firmado acuerdo de licencia para usar una de las marcas registradas Fairtrade; o a empresas que trabajan con el modelo de ingredientes de origen Fairtrade para algodón.

El objetivo de este sello de garantía es integrar formalmente a los mecanismos de certificación a los comerciantes comprometidos con el sistema Fairtrade (Fairtrade, 2020).

- e) Estándar climático Fairtrade: se otorga a proyectos de adaptación al cambio climáticos como energías renovables o eficiencia energética, reducción de

consumo de energía y nuevas oportunidades de generación de energía; actividades productivas y de mitigación al cambio climático.

Este sello de garantía genera créditos de carbono a aquellos compradores interesados en producir un impacto positivo en la lucha contra el cambio climático y en el desarrollo (Fairtrade, 2015).

- f) Norma textil Fairtrade: se otorga a los procesos de producción de textiles alineados a los objetivos del Comercio Justo y su objetivo es establecer requisitos que determinan la participación de los trabajadores a lo largo de toda la cadena de suministro textil en el sistema Fairtrade, para garantizar vida digna y capacitarlos para combatir la pobreza, fortalecer su posición y tomar control de sus vidas (Fairtrade, 2016).
- g) Criterios Fairtrade para el oro y los metales preciosos asociados para la minería artesanal y en pequeña escala: se otorga a organizaciones mineras artesanales y de pequeña escala (OMAPE), a fin de que puedan desarrollarse y generar condiciones de desarrollo en sus comunidades (Fairtrade, 2013).

En el caso de México, existen 65 organizaciones certificadas ante Fairtrade, son agrupaciones agrícolas, cooperativas y de plantaciones, productoras de aguacate, miel, plátano, café, cítricos (naranjas) y agave, por lo que cuentan con el sello de garantía a nivel internacional que los avala como productores bajo los estándares del modelo de Comercio Justo.

Además de los sellos de garantía emitidos y evaluados por Fairtrade, el modelo de Comercio Justo contempla certificaciones que se otorgan a las organizaciones que llevan a cabo prácticas comerciales alineadas con los principios de este modelo; son reconocimientos a la labor de quienes conforman estas agrupaciones y se encuentran reguladas y coordinadas por la WFTO.

1.3.3. Certificación de organizaciones de Comercio Justo

A diferencia de Fairtrade que reconoce productos, procesos de producción y proyectos de cuidado al medio ambiente, la WFTO solo certifica organizaciones que se apeguen a los principios del Comercio Justo en su actuar, sin importar en que parte de la cadena productiva se encuentran.

Esto les permite a las organizaciones miembro de la WFTO contar con el aval y el reconocimiento de formar parte activa del movimiento sin importar el giro del negocio o el producto que ofrezcan al mercado. Se puede ser miembro de la WFTO si se encuentra en alguna de las siguientes categorías: trabajador, productor y proveedor (WFTO, 2019):

- El *trabajador* no es dueño de la empresa u organización, pero desempeña alguna actividad vinculada con la producción, distribución o venta de productos de Comercio Justo. La WFTO toma en cuenta la particular situación que viven los artesanos en las comunidades de América Latina y a fin de evitar huecos en la normatividad que permita que un intermediario sea registrado como organización de Comercio Justo, hace la siguiente aclaración (WFTO, 2019).

Para 'Productores' informales de artesanías que trabajan desde sus casas/pueblos o trabajan en las instalaciones de la [...] [WFTO] resultaría en que ellos sean categorizados como 'Trabajadores' en vez de Productores. Esto tendrá que ver con su protección legal y también en los requisitos del Estándar que aplican para ellos.

- El *productor* hace, cultiva o procesa los productos de Comercio Justo; es dueño del producto o vende a organizaciones parte del movimiento. Puede tener sede en su casa, su granja u otros espacios que permita la WFTO; puede organizarse en grupos y un productor puede vender su producto directamente a organizaciones comercializadoras o intermediarios.

Quienes clasifican como productores dentro del marco de la WFTO elaboran el producto de Comercio Justo por ellos mismos o con ayuda de sus familias, por lo que pueden contar con un grupo de personas que ayude en la elaboración de la mercancía.¹¹

- El *proveedor* puede ser intermediario, vendedor y productor con más de 50 trabajadores. Suele tener sus propias unidades de negocio y administra su propia producción (abastecimiento, mercadeo y ventas); normalmente venden a una variedad de clientes y se espera que cumpla con los criterios establecidos por la WFTO.

También pueden aplicar al registro de organización certificada por la WFTO a aquellos que se encuentren en la situación de *económicamente marginados* (WFTO, 2019):

Los económicamente marginados son personas o comunidades que están restringidas al borde inferior o periférico de la economía, a quienes se les impide la participación en las actividades económicas convencionales por factores que están fuera de su control. Los factores en cualquier país o sociedad que pueda causar que una persona sea ‘económicamente marginado’ varían grandiosamente de un lugar a otro, Pero a los efectos de una definición de WFTO, incluirá mínimamente uno de los siguientes:

- Vivir en una región o país con falta de oportunidades de trabajo, en otras palabras, un lugar con un alto desempleo persistente;
- Tener una falta, o falta de acceso (debido a razones financieras), a la educación o capacitación profesional;
- Ser mental o físicamente diferente – en la medida que esto dificulte el empleo convencional;
- Sufrir de discriminación que le impida aprovechar el empleo (digno) existente o las oportunidades de educación/capacitación;

¹¹ Se debe tener especial cuidado respecto al número adicional de trabajadores. La WFTO lleva a cabo revisiones sobre las condiciones laborales bajo los criterios de “trabajador” por lo que, si los “productores” cuentan con más de 50 trabajadores empleados por un periodo mayor de tres meses, estos serán considerados bajo el criterio de “proveedores”. (WFTO, 2019).

- No poder participar en el mercado como un socio comercial en iguales condiciones debido a las reglas de comercio desleales, monopolios dominantes o restricciones políticas.
[...]
- Productores de artesanías, que no pueden asegurar una vida digna para sus familias;

A diferencia de los certificadores de productos básicos, el sistema de certificaciones de la WFTO evalúa la totalidad de una empresa y no únicamente un producto, ingrediente o cadena de suministro específicos. El proceso de membresía incluye una evaluación de la estructura y modelo de negocio de la empresa, sus operaciones y sus cadenas de suministro. Una vez verificada puede considerarse una organización de Comercio Justo reconocida por el sistema (WFTO, 2020).

A diferencia de las certificaciones establecidas bajo el sello Fairtrade, que están acotadas y limitadas a productos o procesos de producción, el sello de garantía de la WFTO aplicado a las organizaciones, ofrece un mayor espacio de acción y mayores oportunidades de insertarse al sistema de Comercio Justo a los artesanos, quienes en muchas ocasiones no cuentan con una estandarización de su proceso productivo, el número de trabajadores en su organización o algún otro elemento que por la naturaleza de los productos que elaboran, hechos a mano y únicos, no pueden controlar.

Por este motivo, un mayor número de organizaciones de artesanos dentro del sistema de Comercio Justo han optado por certificarse bajo el sello de garantía que ofrece la WFTO. Actualmente se encuentran registradas 67 organizaciones cuya sede se localiza en 12 países de América Latina, dos de ellas son mexicanas (WFTO, 2019) (ver figura 3).

Figura 3. Organizaciones de América Latina certificadas ante la WFTO

ORGANIZACIONES CERTIFICADAS ANTE LA WFTO EN AMÉRICA LATINA		
País	Miembros certificados	Miembros provisionales
Bolivia	-AHA Bolivia* -Art Sol Bolivia* -Asociación Artesanal Señor de Mayo (ASARBOLSEM)* -Ayni Bolivia* -Coronilla S.A.	-Artesanal Loreto* -NANAY* -LAM Bolivia*
Brasil	-Artesanato Solidário** -Bio Fair Trade Brazil	-Conexus*
Chile	-Artesanías de Chile* -Beas y Tapia Ltda* -Calypso Chile EIRL -Cosecha Justa -Cridem SPA / Rupestre -Fundacion Chol-Chol** -Green Glass SPA -Hebras del Alma*	-Artesanías Loreto* -Artesanías Pueblos del Sur* -Sociedad Soto & Duran-Witral -Cooperativa Folil Araucania* -Emprediem SPA
Colombia	Creaciones Miquelina Fruandes Frutos de los Andes S.A.S	-Fundación Opción Futuro -La Equitativa Fair Trade Company S.A.S -Shuska*
Ecuador	-Camari** -Fundación Chankuap – Recursos Para El Futuro* -Fundacion Sinchi Sacha -Fundacion Maquita Cushunchic Comercializando como Hermanos (MCCH) -SKS Farms (Pacari)	-SIMIATUG LLAKTA -Corporación Gruppo Salinas -Corporación de Ferias de Loja (organización de apoyo)
El Salvador	Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de pequeños productores y trabajadores de Comercio Justo	
Guatemala	-Cojolya Association of Mayan Women Weavers -Kiej de los Bosques S.A. (WAKAMI)* -Maya Traditions Foundation * -Y'abal Handicrafts*	-CreArte*
México	-Fundación Haciendas del Mundo Maya A.C. * -Fundación MITZ	
Nicaragua		-Opportunity International-Nicaragua

*Organizaciones que elaboran artesanías

**Organizaciones que elaboran textiles artesanales

Fuente: elaboración propia con datos de World Fair Trade Organization [WFTO]. Recuperado en <https://wfto.com/>

Figura 3. Organizaciones de América Latina certificadas ante la WFTO

ORGANIZACIONES CERTIFICADAS ANTE LA WFTO EN AMÉRICA LATINA		
País	Miembros certificados	Miembros provisionales
Paraguay	-Estación A – Núcleo Cultural*	
Perú	-Allpa S.A.C.**	-Ottaner Corp**
	-Art Atlas SRL*	-Suritex**
	-Artes Manolita**	-El Gran Pajeten
	-Bergman Rivera	-Jacaranda
	-Berrocal S.A.C	
	-Candela Perú	
	-Chanchamayo Highland Coffee SAC	
	-Classic Alpaca*	
	-Diamanta SAC*	
	-Intercrafts Perú SAC**	
	-Manos Amigas S.A.**	
	-Mexthon*	
	-Peruland All Natural (APTEC Perú)**	
	-Pimalpaka**	
-Raymisa S.A.**		
-Red Uniendo Manos Perú**		
Uruguay	-Manos del Uruguay*	

*Organizaciones que elaboran artesanías

**Organizaciones que elaboran textiles artesanales

Fuente: elaboración propia con datos de World Fair Trade Organization [WFTO]. Recuperado en <https://wfto.com/>

El movimiento de Comercio Justo surgió como una opción alternativa ante los beneficios desiguales que presentaba el comercio entre el Norte y el Sur. A fin de tomar medidas para superar el subdesarrollo de los países más pobres, este modelo se desarrolló y se fortaleció a lo largo tiempo, hasta consolidarse como una alternativa viable, con una estructura organizacional funcional y de alcance internacional.

Existen aún vacíos dentro de la normatividad del Comercio Justo, lo que ha despertado los debates sobre su viabilidad, pero la sociedad civil, ha sabido emplear las herramientas que el sistema le ofrece para insertarse al movimiento y, a través de la formación de asociaciones democráticas, el impulso del diálogo entre los

diferentes niveles y la certificación de productos y organizaciones, impulsan y robustecen el sistema actual.

A diferencia de otros países de América Latina, donde el sistema de Comercio Justo cuenta con amplia aceptación y difusión, en México su avance ha ocurrido de forma lenta y poco coordinada; actualmente la encargada del contacto con productores, realización de capacitaciones y apoyo técnico, difusión del modelo y representación ante organismos internacionales es la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo.

Debido al impulso internación que ha tomado este modelo, la Coordinadora Mexicana está rebasada, por lo que su acción se limita a apoyar, asesorar y coordinar a los pequeños productores del sector primario que forman parte del sistema de Comercio Justo en México, lo cual deja fuera a un importante grupo: los artesanos y productores de manufacturas.

Sin embargo, algunos grupos de artesanos han mostrado iniciativas para incorporarse al sistema de Comercio Justo y, por medio de la adopción de mecanismos que hoy en día ya aplican para los productores agrícolas, buscan opciones viables dentro de este modelo que les permita mejorar sus condiciones laborales y su posicionamiento en el mercado.

Capítulo 2

Comercio de textiles artesanales mexicanos

[...] lejos de desaparecer la actividad artesanal, esta 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 su mercado.
(Turok, 1988, 27-28)

El sector artesanal desempeña un papel determinante en el desarrollo económico de las comunidades y en la erradicación de la pobreza, puesto que quienes las producen son artesanos agrupados en pequeños talleres, conformados principalmente por miembros de las poblaciones nativas de cada país, quienes habitan en zonas rurales.

La diversidad de los diseños, las formas, las texturas, los colores, los materiales, la iconografía plasmada en cada pieza y las técnicas utilizadas para su elaboración, son reflejo de su riqueza cultural y otorgan a cada artesanía un valor agregado que, difícilmente se ve compensado con el precio que el consumidor paga al adquirirlo en el mercado; es por este motivo que la venta de éstas ha estado presente en las tiendas de Comercio Justo desde su surgimiento.

Cada vez son más los grupos de artesanos que se suman al movimiento de Comercio Justo con el propósito de contar con mecanismos que los provea de herramientas y recursos para asegurar un pago justo por sus artesanías; visibilizar su labor; e insertarse en nuevos mercados. En América Latina la WFTO cuenta con 69 miembros, de los cuales 38 se dedican a la producción y venta de artesanías, 29 de los cuales se especializan en la elaboración de textiles artesanales (WFTO, 2020).

México es reconocido a nivel mundial como uno de los principales países productores de artesanías junto con India y China (Valencia, 2017), pero a diferencia de otros países de América Latina, la presencia del sector artesanal mexicano en

organizaciones internacionales de Comercio Justo es mínima, solo existe una organización registrada en la WFTO que contempla la producción y venta de artesanías entre las actividades que realiza, mas no como su labor principal.

2.1. El sector artesanal en México

Hoy en día, el sector artesanal aporta 16.4% del PIB en cultura (INEGI, 2018), contribuye de forma importante con la atracción de turismo, promueve la imagen de México en el mundo y la herencia histórica de nuestro país; esto promueve la generación de empleos y oportunidades, especialmente para los sectores más vulnerables de la población.

Pese a la importancia de este sector en la economía mexicana, la gran mayoría de quienes las elaboran son microempresas o pequeños talleres familiares que pertenecen al sector informal, complicando así el acceso a las condiciones básicas para su desempeño: los artesanos, en su mayoría, no cuentan con protección social, un salario fijo o un contrato; los talleres difícilmente encuentran métodos de financiamiento o acceso a créditos en un banco; sus ventas están sujetas a la demanda turística o a los tratos que les ofrecen los intermediarios.

A pesar de las difíciles circunstancias que atraviesan los artesanos para realizar su labor, la producción de artesanías sigue presente, e incluso, se ha convertido en la principal actividad económica en algunas regiones del país, no por la rentabilidad que esta representa, sino por la necesidad económica de estas localidades marginadas, la mayoría con población de origen indígena y condiciones de vida vulnerables.

2.1.1. El sector artesanal: patrimonio cultural y valor agregado

Las artesanías son evidencia de la existencia de la humanidad en la Tierra, de su evolución, de su organización, de sus necesidades y los mecanismos para satisfacerlas, pero también son reflejo de su forma de pensar, de sus creencias, de

sus anhelos y de sus sueños. Son resultado del cúmulo de saberes de una sociedad, producto de técnicas ancestrales que siguen vigentes y, en este sentido, son un puente entre el presente, el pasado y el futuro.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO):

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. [...] La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 1997).

Así, lo que hace diferente a una artesanía de cualquier otro objeto es la mano del hombre¹², su acción transformadora para convertir los elementos de la naturaleza en objetos con un uso específico para atender alguna de sus necesidades dentro de la sociedad. Es precisamente este vínculo entre la artesanía y la persona lo que permite analizar a estos objetos desde diferentes perspectivas, todas ellas relativas a la actividad humana.

Desde un enfoque histórico, estos objetos dan cuenta de la relación de las personas con la naturaleza y evolución del ser humano en su entorno. Lo que hoy se conoce como artesanía surgió como objeto utilitario destinado a satisfacer las necesidades básicas como alimentación (cuchillos, redes de pesca, lanzas), vestido (huipiles, blusas, faldas, tilmas) y protección (sombrosos, petates); más tarde se presentaron las necesidades espirituales (objetos de culto, figurillas, esculturas); y las

¹² Es importante hacer una diferenciación entre artesanía y manualidad. La manualidad es una “forma de creación de ingresos para los núcleos urbanos y rurales marginados del mercado, desvalorizando [...] la artesanía a productos sin algún valor agregado de identidad y cultura local” (Cohen, 2013: 45). Aunque se trata de bienes elaborados de forma manual, la materia prima para la elaboración de las manualidades, por lo regular, son materiales de origen industrial (incluso se pueden producir manualidades a partir de desechos reciclables) y no poseen las cualidades culturales que la artesanía, es decir, no son símbolo de identidad de alguna comunidad.

necesidades sociales (juguetes, pulseras, collares, instrumentos musicales) (Turok, 1988).

Su elaboración, su uso y los materiales que se emplean para su producción cambian al ritmo que las sociedades se transforman, evolucionan e incorporan innovaciones técnicas. Encontramos así que las artesanías son diferentes según la región en donde se elaboran, se forman a partir de los elementos que la naturaleza provee en cada ecosistema y de las técnicas que desarrollan quienes ahí habitan. En América, por ejemplo, se elaboraban textiles a base de fibras endémicas como el algodón o el ixtle, y tras la llegada de los españoles y la introducción de las especies bovinas, fibras como la lana fueron incorporadas.

Las artesanías también son reflejo del desarrollo de las civilizaciones, y desde una perspectiva antropológica, explican su organización familiar y social, sus prácticas culturales, su cosmovisión y la construcción de su propia identidad; estos objetos dan cuenta de las prácticas sociales y las jerarquías dentro de una misma comunidad.

Un factor diferenciador es el uso que se le da a cada objeto, quién lo usa y la posición jerárquica de éste en la sociedad; por ejemplo, una blusa o una falda para uso común, fácilmente podrán ser diferenciadas de un huipil ceremonial, debido a sus colores, los detalles de su tejido y los bordados, elementos que alargan el tiempo de elaboración.

Del mismo modo, las artesanías son una forma de expresión, un lienzo en blanco donde el artesano refleja su cosmovisión, la forma en que él, como producto de una sociedad, concibe al mundo, sus ideas, sus creencias, su entorno, sus mitos y sus relatos. Las artesanías están llenas de simbolismos reflejados en la iconografía de las piezas, cada elemento tiene una razón específica para estar ahí, cada color significa algo, cada textura conlleva un mensaje; existen artesanías que se elaboran de forma específica para un acontecimiento especial: una celebración, un funeral o un nacimiento.

Desde el enfoque de las artes plásticas, las artesanías se desarrollan como representaciones culturales que le permiten al artesano expresar con sus manos su manera de vivir, compartir con el mundo experiencias, valores, la forma en que él mismo se percibe y cómo concibe a quienes lo rodean. En las artesanías se plasman paisajes, naturaleza, historias, leyendas e incluso los más disparatados sueños:

Hecho con las manos, el objeto artesanal guarda impresas, real o metafóricamente, las huellas digitales del que lo hizo. Estas huellas son la firma del artista, no son un nombre; tampoco son una marca. Son más bien una señal: la cicatriz casi borrada que conmemora la fraternidad original de los hombres. Hecho por las manos, el objeto artesanal está hecho para las manos: no solo lo podemos ver, sino que lo podemos palpar (Paz, 1986).

Las artesanías dan cuenta de un tipo de arte particular, que se expresa acorde con la forma de ser y actuar de los pueblos, que al tiempo que es útil, busca resaltar los rasgos distintivos de una comunidad o región porque ahí “lo hacen diferente a los demás” y ese es su símbolo de identidad; es el arte del pueblo, lo que el Doctor Atl (1922) definió como “arte popular”:

El Arte Popular es el conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales, funcionalmente satisfactorias y útiles, elaboradas por un pueblo o una cultura local o regional para satisfacer las necesidades materiales y espirituales de sus componentes humanos, muchas de cuyas artesanías existen desde hace varias generaciones y han creado un conjunto de experiencias artísticas y técnicas que las caracterizan y dan personalidad (Comité Interamericano de Cultura y Comisión Ejecutiva Permanente del Consejo Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1982).

Las artesanías son reflejo de las raíces de un pueblo, lo que le otorga la cualidad de colectivo o socializado, que forma parte del patrimonio común de la sociedad, es aquello que una mayoría considera digno de ser valorado, conservado, admirado y reconocido como “nuestro”; estos objetos preservan la cultura de una comunidad, lo que “involucra un conjunto de valores (explícitos o no) incorporados a modelos de comportamiento que se refieren a formas de vida que se practican en el presente

y que, como aspiración se plantean para el futuro y que son reconocidos por una colectividad que en ellos se identifica” (Novelo, 1984, 48); son una construcción social que se transforma, evoluciona y cambia.

A nivel internacional, la UNESCO reconoce y protege el patrimonio cultural, el cual no se limita a aquellos lugares u objetos materiales, sino que incluye las técnicas y saberes que se transmiten de generación en generación, que forman parte de la riqueza y el valor cultural en la sociedad actual. La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial reconoce como tal:

[...] los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (UNESCO, 2003, art 2).

De este modo, las artesanías caen en el terreno de lo tradicional, o lo que algunos llaman folclórico¹³, que se caracteriza por ser: popular, al formar parte del patrimonio común de la sociedad; anónimo, debido a que por su funcionalidad bien lograda, se sigue reproduciendo, mientras la importancia del autor o creador pasa a segundo término; vigente, porque se asimiló y se propagó; y su forma de apropiación es empírica, se transmite oralmente, a través de la observación y la repetición (González, 1989).

¹³ Para González Vargas (1989, 35) “el folklore es cultura y como tal se relaciona con todos y cada uno de los aspectos del conocimiento y del hacer de los humanos, tanto los relativos a las urgencias de tipo material, como las que derivan de las urgencias espirituales, de las sociedades y de las personas que, como individuos, las componen.”

Sin embargo, este término suele emplearse de forma despectiva para referirse a la cultura indígena y, debido a que el objetivo de esta investigación es señalar el aporte cultural, social y económico de las artesanías y los artesanos, cuya mayoría pertenecen a alguno de los 68 pueblos indígenas en México (Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, 2020), el término “tradicional” remplazará el uso de “folclórico”.

Para comprender la importancia de las artesanías, éstas también deben ser analizadas desde un enfoque económico-administrativo, puesto que caen en el terreno de lo que Marta Turok (1988, 22-23) llama economía natural, la cual define como “aquella en que se producen objetos para el consumo familiar con materiales y herramientas que obtiene directamente la unidad doméstica. Tiene el sentido de economía porque el tiempo y el esfuerzo de fabricación se cuantifica no como mercancía sino como satisfactores de necesidades propias”.

Con la aparición del trueque, los artesanos ocuparon un papel primordial en la sociedad como los productores de los satisfactores de la vida cotidiana: el consumidor encargaba al artesano la elaboración de algún bien con materia prima aportada por él mismo o por el propio artesano y el pago se realizaba en especie. Más tarde, los artesanos comenzaron a elaborar sus mercancías y ofertarlas directamente, o a través de alguien más, en el mercado.

Este cambio propició que los mismos artesanos adoptaran nuevas formas de organización, se agruparon en talleres por ramas, la mayoría de las veces un taller estaba formado por una familia completa, lo que les permitió introducir nuevos diseños, nuevas técnicas y su nivel de especialización, los llevó a concentrar su producción en bienes suntuarios y de lujo para los comerciantes y gobernantes (Turok, 1988).

Así las artesanías pasaron de satisfacer necesidades propias, a crearse para satisfacer las necesidades de otros, lo que obligó a los artesanos a adaptar sus creaciones a los requerimientos del mercado, a darle nuevos usos a los objetos, a incorporar nuevos materiales e introducir variantes que permitieran hacer más atractivos sus productos para su comercialización.

En este sentido, el comprador ha formado parte activa de la transformación de las artesanías, adoptando nuevos usos para ellas así, la vasija de barro es ahora una lámpara o la faja es ahora un camino de mesa. Demás, los colores, los diseños y los materiales se han modificado con el objetivo de ofrecer al consumidor una

artesanía *ad hoc* a sus requerimientos y gustos, pero sin perder la esencia de lo tradicional.

Es el agregado cultural que posee la artesanía, lo que le otorga la cualidad de auténtico y que le permite competir con las mercancías creadas a partir de un proceso industrial, se trata de una ventaja competitiva de diferenciación en la que el consumidor efectúa su decisión de compra porque sabe que, al ser elaborada a mano no existe en el mundo una pieza exactamente igual a esa.

Si bien el uso de una artesanía puede ser el mismo que le dé a un objeto industrializado, ésta es única en su forma, su textura y su combinación de colores; es única porque cada artesanía cuenta una historia particular, relata su origen, tiene impregnada la huella del lugar de donde proviene, el pasado de quien la creó y cada uno de sus detalles y de sus imperfecciones le otorgan un mayor valor.

Además de sus características físicas, la ventaja competitiva de las artesanías recae en sus atributos intangibles: su valor cultural, identitario e incluso psicológico, las cuales le son otorgadas por su creador. Es por esto que para comprender a detalle el sector artesanal resulta imprescindible abordar en esta investigación al artesano.

2.1.2. Los artesanos: creadores invisibles

Al hablar de artesanías es común referirse al objeto, resaltando su valor cultural, ideológico y técnico. No obstante, Novelo (1976) señala que existe una falla metodológica en el estudio de las artesanías, en donde se les estudia desde el producto final, como resultado y no como proceso, que es justamente lo que le otorga la cualidad de autenticidad a cada pieza:

La necesidad de explicar el proceso de producción de artesanías adquiere mayor importancia puesto que uno de los criterios más utilizados para la definición del concepto destaca el papel del trabajo manual en la elaboración del producto [...].

De este modo apareció como la cuestión fundamental el estudio de las formas de producción de artesanías, esto es, la manera en que los individuos, como

productores, se presentan ante su objeto y sus instrumentos de trabajo; las relaciones que se entablan entre aquellos en el proceso de producción, y el producto resultante (Novelo, 1976, 56).

La labor del artesano surgió con la especialización del trabajo, en el momento en que los objetos que producían dejaron de ser para el autoconsumo y se destinaron a alguien más. Recurrieron a la venta de artesanías debido a la incapacidad de autosuficiencia económica y con el objetivo de obtener los recursos que necesitaban para vivir.

El término “artesano” o “artista popular” engloba a una amplia variedad de creadores de artesanías. En primer lugar, se encuentran los artesanos por tradición (Turok, 2013), que son aquellos que, para la fabricación de sus piezas, emplean las materias primas que les aporta el entorno, utilizan técnicas y formas heredadas de generación en generación con una fuerte carga de identidad colectiva, y tienden a incorporar los cambios y las transformaciones que son adoptados dentro de su misma colectividad.

En América Latina estos artesanos por tradición se dividen en dos sectores: los artesanos indígenas de los pueblos originarios y los artesanos de origen colonial. La producción artesanal de los primeros surgió de manera milenaria en respuesta a la satisfacción de necesidades básicas de alimentación, abrigo y techo, por lo que esta tradición forma parte de su cultura material; los objetos que elaboran son utilitarios y rituales, de autoconsumo, consumo comunitario o regional, entre ellos destacan los que pertenecen a la rama textil, alfarería, fibras vegetales y maderas (Turok, 2013).

Los artesanos de origen colonial tienen su antecedente en los españoles, portugueses, holandeses, franceses, ingleses y africanos que llegaron tras la conquista de América e introdujeron nuevos oficios, materiales, técnicas y herramientas. Durante el periodo de la Colonia establecieron talleres familiares, obrajes y manufacturas artesanales. A diferencia de los artesanos indígenas, se especializaron en la herrería, el vidrio soplado, la cerámica vidriada, los telares de pedal, la curtiduría y talabartería de bovinos y ovinos (Turok, 2013).

Un segundo grupo son los artesanos de profesión (Turok, 2013), quienes surgieron en el siglo XIX como resultado de la abolición de los obrajes y gremios, espacio que fue ocupado por las Escuelas de Artes y Oficios, complementando su formación con nociones de dibujo y artes plásticas.

Pese a la importancia de la actividad económica que realizan los artesanos, en América Latina, y especialmente en México, resulta complicado contabilizarlos debido a que se tiende a invisibilizar su actividad, no se otorga el reconocimiento que merecen como un sector altamente productivo, sino que se suele ver como una actividad secundaria, por lo que los censos poblacionales y económicos rara vez incluyen a este sector en las encuestas.

Esta falta de visibilidad de los artesanos se refleja en la escasez de cifras y datos fiables sobre su actividad económica. Medir la producción a través de los registros de las exportaciones resulta una tarea infructuosa puesto que para registrar las exportaciones se toma como referencia la materia prima, la técnica o los mismos productos para establecer las clasificaciones, pero las partidas arancelarias no contemplan un apartado específico para “artesanías”, por lo que al exportar alguna obra artesanal suele caer en el apartado de “manufactura” o “las demás” (Centro de Comercio Internacional, 2020).

Aunado a esto, se deben considerar las características de su entorno: parte importante de los productores de artesanías en México se concentran en zonas rurales, esto los vuelve vulnerables a factores como el abandono del campo, la falta de políticas públicas en favor de las poblaciones indígenas y aquellas más desfavorecidas, el difícil acceso a la educación, la salud y el empleo, y los obliga, a ellos y a sus familias a emplearse en el sector artesanal como una actividad complementaria a la agricultura y la ganadería.

En muchas ocasiones los artesanos, especialmente los indígenas, trabajan de manera informal, sin protección social, sin financiamiento y sin las condiciones laborales que la ley establece. En otros casos los talleres artesanales son familiares, pequeñas unidades microempresariales que no tienen acceso a financiamiento para

crecer. Adicionalmente, la dificultad del artesano para comercializar sus productos, pone un obstáculo más para que la remuneración que obtiene por su trabajo sea justa:

[...] difícilmente el artesano tradicional recupera sus costos de producción, [...] el cálculo de la mano de obra con base en las fórmulas de costeo con parámetros industriales implica un precio de venta más alto del que la mayoría de los consumidores están dispuestos a pagar; por ello, los artesanos rara vez pueden siquiera pensar en utilidades y operan con número “rojos” (Turok, 2013, 28).

Si a esta situación se agrega la costumbre del regateo como parte de la experiencia de compra de las artesanías, el beneficio económico que el productor pudiera obtener se reduce y la ganancia queda en manos de los intermediarios, quienes pagan el precio mínimo al artesano al adquirir el producto.

Estas dificultades económicas han orillado a los artesanos a buscar otras actividades donde puedan emplearse: algunos de ellos abandonan su comunidad en busca de mejores oportunidades, desplazándose a otras ciudades para emplearse como albañiles, plomeros, choferes o migrando a otros países, principalmente a Estados Unidos. Pero con ellos también se va el conocimiento de los materiales, las habilidades técnicas, la tradición, la cosmovisión y la identidad, todas las características que constituyen el valor agregado de las artesanías.

Las comunidades de artesanos van diezmándose, quienes conocen las técnicas artesanales envejecen y las nuevas generaciones no tienen incentivos para mantener las tradiciones. Es así que existen comunidades en donde solo una persona sabe hacer cierto producto y con su pérdida, esas técnicas ancestrales desaparecerán.

2.1.3. El sector artesanal como motor económico

Las artesanías mexicanas son reconocidas a nivel mundial; la amplia variedad de piezas elaboradas con todo tipo de materiales, la riqueza de las técnicas y la vistosidad de las formas y los colores, hacen de este sector uno de los que mayores

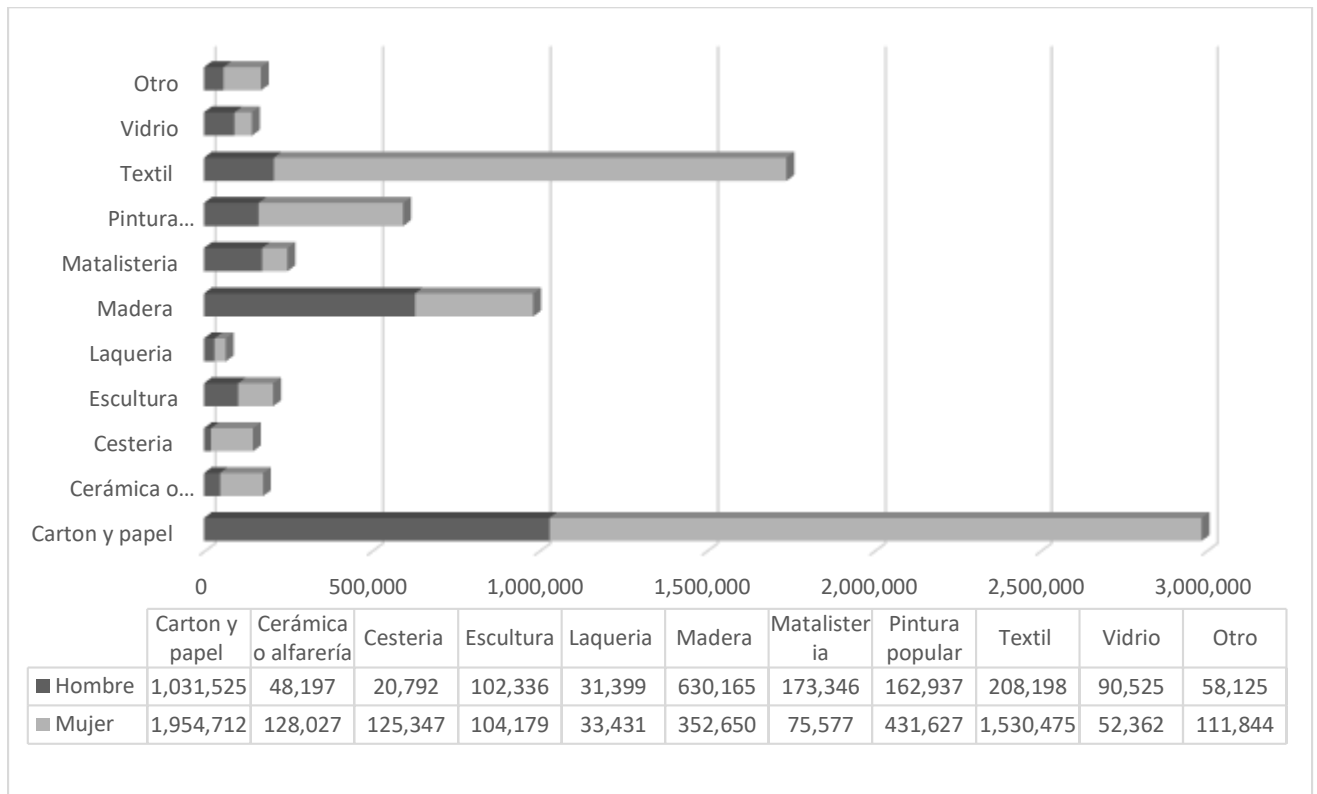
aportes genera al Producto Interno Bruto (PIB) cada año. Además de la derrama económica por su venta, el sector artesanal produce beneficios adicionales como la generación de empleos, la atracción de turismo, la promoción de la cultura y el reconocimiento de la imagen de México en el mundo.

La mayor parte de la producción de artesanías se realiza en pequeños talleres familiares o en comunidades muy pequeñas. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Fondo Nacional para las Artesanías (FONART) y la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), ahora Secretaría de Bienestar, el número de personas que en 2012 elaboraban alguna artesanía en México era de 12,054,309 de personas, que corresponde al 10.3% de la población total (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Fondo Nacional para las Artesanías, Secretaría de Desarrollo Social, 2018).

La producción de artesanías beneficia a los sectores más vulnerables de la población: mujeres e indígenas. Parte importante de los artesanos que se emplean en la elaboración de artesanía pertenecen a alguno de los 68 grupos indígenas en México que suman 12,025,947 habitantes y representan el 10.06% de la población nacional total (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2015).

Por su parte, las mujeres tienen una mayor presencia en la producción de artesanías: 65% del total, mientras que los hombres representan el 35%. En ramas artesanales como el cartón y papel, textiles y pintura popular, la presencia de las mujeres es más marcada (INEGI, FONART, SEDESOL, 2018) (ver figura 4).

Figura 4. Distribución de la producción artesanal por género



Fuente: elaboración propia con datos de Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI], Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías [FONART], Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL]. (2018). *Artesanos y artesanías, una perspectiva económica*. México.

Dada la diversidad de recursos, culturas, tradiciones y técnicas, existe una amplia variedad de artesanías en todo el territorio nacional, entre las ramas artesanales con mayor presencia en México se encuentran (INEGI, FONART, SEDESOL, 2018):

- Cartón y papel: elaboración de todo tipo de figuras con estos materiales, destacan piñatas y alebrijes.
- Textiles artesanales: involucra una larga cadena productiva que comienza con la extracción de las fibras (algodón, lana, seda), su limpieza, hilado, teñido, armado del bastidor o telar y el tejido. Adicionalmente, se consideran detalles como deshilado, bordado y anudado.

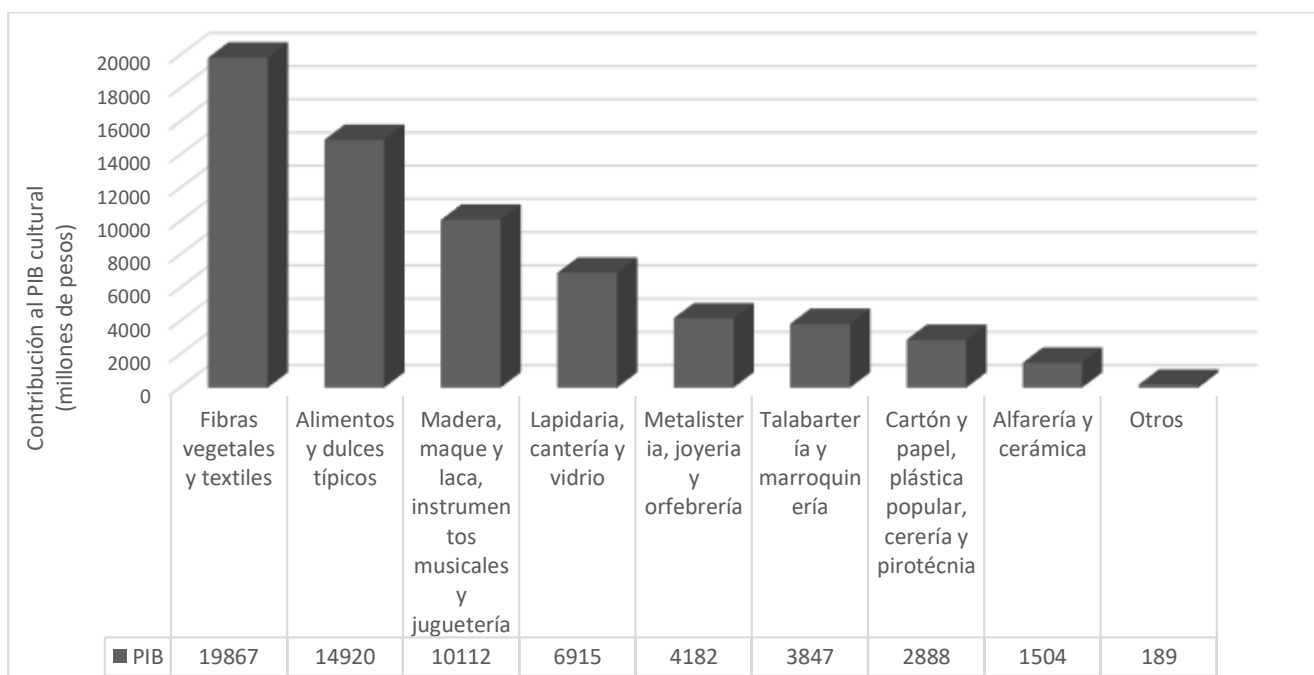
- Pintura popular: incluye técnicas como la pintura sobre papel amate, el arte plumario o el popotillo, también se incluyen los cuadros de chaquira, o estambre del arte huichol.
- Escultura: por medio del uso de materiales como la madera o la piedra se tallan todo tipo de figuras con relieve.
- Metalistería: producción de objetos elaborados con metales no preciosos, como cobre martillado, hierro forjado, plomo, bronce y hoja de lata. Incluye también la joyería elaborada con metales preciosos como oro y plata.
- Cerámica o alfarería: contempla la producción de objetos elaborados con barro natural, alisado, bruñido y decorado.
- Madera: tallado de figuras, elaboración de muebles, cajas, baúles y cofres, entre otros.
- Cestería: empleando materiales como la palma se elaboran cestos y recipientes de todos tamaños, formas y colores.
- Hialurgia (vidrio): contempla técnicas como el soplado, prensado, estirado, prensado con moldes y esmerilado, también incluye la producción de vitrales; para su producción suelen emplearse hornos de gas o diésel y es característico de estados como Hidalgo, Puebla, Jalisco y Michoacán.
- Laquería: consta de la decoración de una superficie de madera o bule (cajas, cofres o guajes) y su impermeabilización empleando técnicas ancestrales a base de tierras y aceites de chía, linaza y axe. Estas artesanías son características de estados como Guerrero (Olinalá, Temalacactzingo, Ocotepic y Acapetlahuaya), Chiapas (Chiapa de Corzo) y Michoacán (Uruapan y Pátzcuaro).
- Otros: engloba a las artesanías elaboradas a partir de materiales como chaquira, ámbar, papel maché, barro, ixtle, vara y semillas; además de objetos muy específicos como huaraches, máscaras, y velas, bordados tradicionales y orfebrería.

Esta diversidad de piezas son consumidas en tres principales mercados: consumo nacional, como bien turístico y exportación. Es debido al comercio de artesanías

que se puede obtener un registro aproximado de la producción de este sector y de la derrama económica que genera. De acuerdo con datos del Sistema Nacional de Información Cultural (SIC), en 2017 el ingreso obtenido por el sector artesanal representó el 0.5% del PIB nacional (Sistema Nacional de Información Cultural, 2018).

La contribución económica generada por la venta de artesanías mexicanas se refleja principalmente en el sector turístico y cultural. Respecto al primero, de acuerdo con la Cuenta Satélite de Turismo en México, la contribución de las artesanías como oferta de bienes turísticos alcanzó una cifra de 220,789 millones de pesos, que representa el 6.8% de la actividad turística nacional (INEGI, 2019). Mientras que en el sector cultural, aportó 100,043 millones de pesos, que representa el 16.4 % del PIB cultural (SIC, 2018).

Figura 5. Participación por rama artesanal al PIB cultural

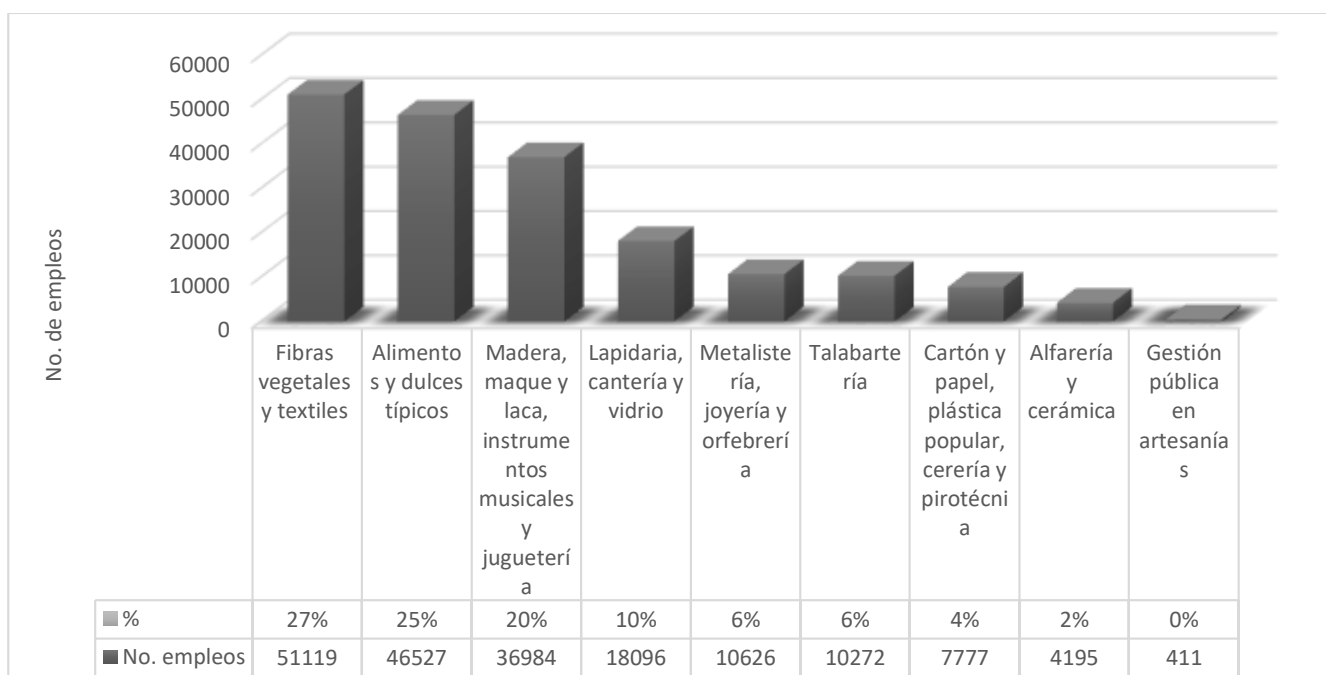


Fuente: elaboración propia con datos de Sistema Nacional de Información Cultural. (2018). *Participación en el valor agregado bruto por áreas generales y específicas. México.*

A continuación, se desglosa la contribución de este sector por rama artesanal, donde se puede observar que, económicamente, son las fibras vegetales y los textiles artesanales la rama que mayores ingresos aporta al país. Si bien el volumen de producción de artesanías a base de cartón y papel es del orden del 40%, seguido de la producción de textiles artesanales, con 23%, el valor económico generado por estos últimos es mucho mayor, alcanzando el 36% del PIB cultural (SIC, 2018) (ver figura 5).

El beneficio económico generado a partir de la producción de artesanías es especialmente relevante para los artesanos quienes encuentran en esta actividad una forma de obtener ingresos para ellos y sus familias. Con base en cifras del SIC (2018), la rama artesanal que generó más empleos fue la de fibras vegetales y textiles con 27% del total de los empleos creados, seguida de los alimentos y dulces típicos; madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería (ver figura 6).

Figura 6. Empleos generados por rama artesanal



Fuente: elaboración propia con datos de Sistema Nacional de Información Cultural. (2018). *Participación en el valor agregado bruto por áreas generales y específicas*. México.

La rama textil destaca entre todas las artesanías por la diversidad de recursos naturales que se utilizan en la elaboración de los productos (fibras como el algodón, la lana o la seda, además de plantas o insectos para el teñido), así como las técnicas ancestrales que se emplean. Para efectos de esta investigación, se considerarán textiles artesanales los siguientes:

- El textil indígena, tejido en telar de cintura y cuya técnica involucra la tradición, los simbolismos de quien los produce, la cosmovisión de la comunidad donde se elaboran y el arte.
- El textil “mestizo”, técnica que emplea el telar colonial o de pedal en la producción de gabanes, jorongos, sarapes y rebozos.
- El bordado y deshilado, se refiere a las técnicas de tendido, fruncido, pepenado fruncido, punto de cruz y ornamentadas con chaquira para hacer detalles en blusas, manteles, caminos de mesa y cojines, entre otros enseres.

Pese a la importancia económica que las artesanías mexicanas poseen, la gran mayoría de hombres y mujeres que se dedican a esta actividad económica, son considerados como población subocupada, es decir, que cuentan con una actividad económica complementaria; sus condiciones laborales están por debajo de los estándares de la ley y difícilmente obtienen un precio equivalente por el esfuerzo que realizan para producir sus piezas. Estas son las condiciones a las que se enfrentan miles de artesanos textiles en México y, aunque realizan una labor titánica al preservar las tradiciones ancestrales de tejido, teñido y bordado, su labor no es reconocida por el mercado.

2.2. Desarrollo histórico de los textiles artesanales mexicanos

En México existe una importante tradición textil que se remonta a la época prehispánica y que ha continuado evolucionando hasta nuestros días; ésta surgió gracias a dos aspectos fundamentales: la riqueza natural de nuestro territorio y el desarrollo de técnicas e instrumentos para el tejido.

La elaboración de textiles se benefició de la variedad de fibras vegetales, entre las que destacan: fibras duras, como el ixtle, la pita o el henequén; fibras provenientes de filamentos de bastón resistente, como el chichicastle; y fibras delgadas, como el algodón. Además, el ingenio de los habitantes permitió superar uno de los problemas técnicos más importantes a los que se enfrentaron en la antigüedad: tejer; comenzando con formas para trenzar y entrelazar las fibras utilizando las manos, hasta otros más complejos como el malacate y el telar de cintura.

La tradición textil se nutrió con los cambios sociales, políticos y económicos que ocurrieron a lo largo de la historia; es así que los textiles artesanales que hoy se elaboran en México no solamente son reflejo de la riqueza cultural que existe en el país, sino también de la historia y evolución social, son un espejo de nuestra identidad y el perfeccionamiento de las técnicas, producto de la creatividad y destreza de las manos mexicanas.

2.2.1. Los textiles en la época prehispánica

La época prehispánica se caracterizó por una importante diversidad de culturas que poblaron el actual territorio de México, quienes coexistieron en diferentes latitudes y periodos de la historia, encontrándose entre sí e intercambiando costumbres y materiales, ya fuera a través de medios pacíficos como el comercio o a través del uso de la violencia, durante la guerra.

El surgimiento de los textiles se atribuye al pueblo olmeca, la cultura más antigua de la que se tiene registro en nuestro país y que habitó en la zona costera del Golfo de México, abarcando los actuales estados de Veracruz y Tabasco. Los olmecas desarrollaron el uso de fibras vegetales y las técnicas para tejerlas, haciendo aportaciones que adoptarían otras culturas, como el malacate para el hilado y el telar de cintura para el tejido (Sayer, 1985), que aún el día de hoy se utilizan.

El malacate es un astil de madera de entre 10 y 40 centímetros de alto, al que se le inserta en la parte inferior un contrapeso de barro cocido, piedra, concha o madera. Para obtener el hilo de una fibra, se hace girar constantemente el malacate con una

mano mientras que con la otra se acerca la fibra a la punta del astil y al retirarla, la fibra se estira y se tuerce, produciendo un solo hilo largo y resistente.

Una vez obtenido el hilo, estos se acomodan de forma paralela y ordenada en la urdimbre para realizar el tejido en el telar de cintura, un complejo sistema de tejido de entre 3, 000 y 3, 500 años de antigüedad, que consta de seis varas.

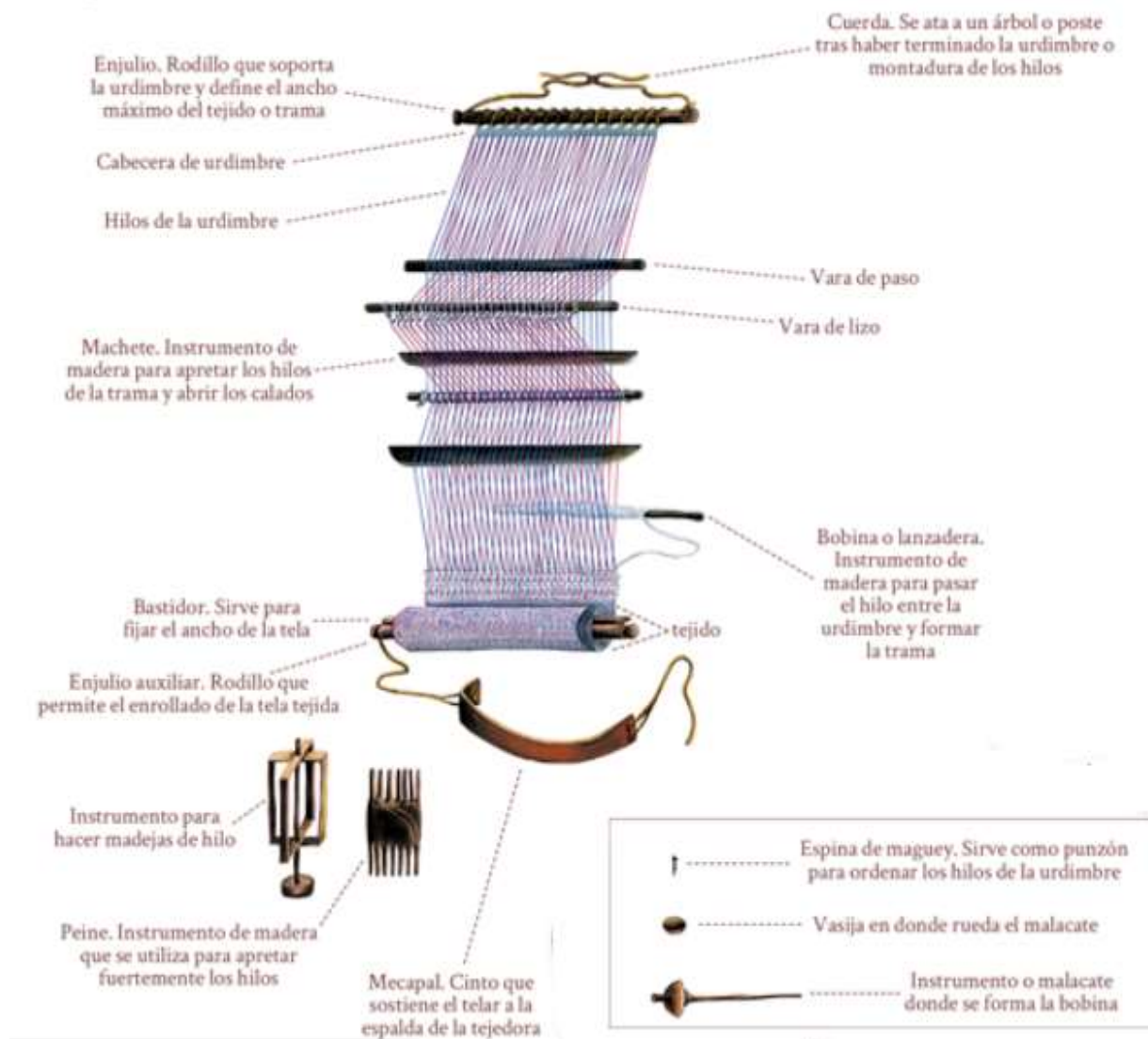
Este tipo de instrumento debe a su nombre a que uno de los extremos se sujeta a algún poste o árbol, mientras que el otro extremo va sujeto a la cintura de la artesana con un mecapal, y a través de un sistema semimecanizado realiza el tejido: con la vara de paso separa los hilos pares de la urdimbre y con el lizo los impares; por medio de la lanzadera, introduce una trama o hilo que en una dirección pasa alternadamente sobre los hilos pares de la urdimbre y de regreso lo hace sobre los hilos impares; con ayuda del machete se aprieta el tejido y se continúa con el proceso, auxiliándose del templén para mantener el ancho de la prenda (Turok, 1988; Sayer, 1985; Arqueología Mexicana, 2014) (ver figura 7).

En los telares de cintura se elaboran gran variedad de tejidos, haciendo los ajustes necesarios para lograr el ancho y el largo deseado. Del telar salen lienzos rectangulares de diferentes tamaños que se ensanchan por medio de uniones o rondas; estos lienzos se ajustan, acomodan, anudan o enrollan al cuerpo para cubrirlo de diferentes formas (Arqueología Mexicana, 2014). La estructura en sí es sencilla, pero las combinaciones de color, el entrelazamiento de los hilos, las texturas y ornamentos se conjuntan para proporcionar versatilidad y belleza a los atuendos.

De acuerdo con Sayer (1985), los antropólogos tienen registro de que los olmecas elaboraban su indumentaria empleando estas técnicas; las mujeres solían usar faldas a la altura de la rodilla y aretes; mientras que los hombres usaban maxtlatl (erróneamente llamado taparrabos), largos collares, pectorales, aretes y tocados en la cabeza.

Figura 7. Telar de cintura y malacate

Componentes del telar de cintura



Fuente: Arqueología Mexicana (2014). Telar de Cintura. Arqueología Mexicana. 5, pp. 80-81.

Posteriormente, en el Valle de México, se desarrolló la cultura teotihuacana, para quienes los textiles no sólo cubrían sus cuerpos, sino que eran una forma de mostrar su estatus; perfeccionaron las técnicas olmecas de tejido, manteniendo el algodón como principal materia prima. Por la evidencia de la delgadez de la gasa encontrada en Teotihuacan y el tejido acanalado, se considera que esta cultura refinó la técnica de hilado y tejido de los olmecas.

Más tarde, en la Península de Yucatán, la cultura Maya realizó los principales avances en arquitectura, matemáticas y artes. Entre sus aportes en el sector textil destacan: el empleo de fibras como el ixtle y henequén, además del algodón para hilar y tejer; desarrollaron una técnica refinada de tejido como el punto plano, el plano canasta, rayas, cuadros, entre otros puntos. Otra aportación fue la tintura de textiles a base de ingredientes naturales, como el índigo, achiote, semillas de annatto y la grana cochinilla; esta técnica fue desarrollada a tal punto que lograron combinaciones de colores en un mismo tejido (Sayer, 1985).¹⁴

Para los mayas, el tejido no era solamente una actividad utilitaria, sino que era parte de sus interacciones sociales. Diego de Landa describía que:

Ellas [las mujeres de la península] tienen el hábito de ayudarse entre ellas a hilar y tejer, y se pagan entre ellas por este tipo de trabajos, así como sus esposos trabajan en sus tierras. Y en estas ocasiones ellas cuentan ingeniosos relatos, bromas, cuentan buenas historias y ocasionalmente chismes (Landa, 1986).

En el Valle de Oaxaca, los zapotecas y mixtecas, se desarrollaron como importantes arquitectos y alfareros. La presencia de estas dos civilizaciones sería notoria en la región, ya que además de los avances en artes, ciencias y arquitectura, también aportarían nuevas técnicas a los textiles que se manufacturaban en México. Al igual que para los mayas, entre los zapotecas y mixtecas los textiles denotaban poder y estatus; desarrollaron una amplia gama de motivos con los que adornaban las prendas que producían; y definieron prendas diferentes para hombres, mujeres, sacerdotes y el pueblo en general.

As with other pre-Conquest cultures, the textile techniques of Mixtecs and Zapotecs wavers are largely a matter of speculation, but the codices contain a wide range of designs. The xicolli of the priest, worked in black and white are particularly striking: textiles motifs include crosses, dots, stripped frets, cross-hatch patterning, convoluted scroll-work and stylized flowers with four or more petals. Women's garments were dyed various colours and their enredos occasionally exhibit cross-hatching and

¹⁴ Por medio del uso de resinas de árbol o cera de abeja, delimitaban la aplicación del color, manteniendo el blanco natural del algodón en ciertos espacios en las telas (Sayer, 1985, 31-33).

diamond patterning, or horizontal bands near the hemline incorporating dots and concentric circles. Many of these designs were almost certainly brocaded into the cloth, but others may have been worked in tapestry wave (Sayer, 1985, 53).

La indumentaria prehispánica respondía a factores climáticos y geográficos, cada cultura adoptaba las fibras que le proveía la naturaleza de su región para crear prendas de acuerdo con sus necesidades y las actividades que realizaba. No obstante, el intercambio económico y cultural permitió que el uso de ciertos modelos textiles se extendiera y se generalizara entre quienes habitaban México en aquella época: las mujeres solían vestir huipil, quechquémetl, falda, faja y blusa; mientras que los hombres portaban maxtlatl, tilma y tocado.

El arte de la confección y elaboración de textiles no se limitó al uso del algodón, sino que, aprovechando la diversidad de materias primas, se realizaban combinaciones para dar mayor resistencia, soporte o durabilidad a cada pieza; para obtener mayor calidez a las telas, el algodón era entretejido con plumas de aves o pelo de conejo; aunque, de acuerdo con Patricia Anawalt (1980), el algodón en cualquiera de sus variantes, blanco (*ichcatl*) y color coyote (*coyoichcatl*), estaba reservado para el uso exclusivo de la nobleza y quedaba estrictamente prohibido, bajo pena de muerte, que lo usara la gente común.

En la época Prehispánica, el tejido era visto como una actividad importante en todos los estratos sociales, no sólo por el uso diario de las prendas que se creaban, sino porque los tejidos que se realizaban no eran solo para el autoconsumo, también eran una valiosa mercancía; se empleaba para el pago de impuestos y tributos; una ofrenda para los dioses y pieza clave en ceremonias religiosas (Sayer, 1985, 45).

Especial atención merecían los textiles confeccionados para el uso de sacerdotes y gobernantes, donde los colores, las figuras y las texturas plasmadas hacían referencia a ciertas deidades, el sol, la luna o las estrellas. En contraste, las piezas elaboradas para el uso común incluían figuras de insectos, montañas, flores, hojas de árboles o animales característicos de la región en la que habitaba quien tejía.

La invención del hilado y del tejido era atribuida a la diosa Xochiquetzal, por lo que, durante las celebraciones en su nombre, las mujeres solían quemar sus herramientas para hilar y tejer, con la idea de que, al morir, ellas tendrían estas herramientas en el otro mundo y así continuarían con su labor. Los conocimientos sobre las fibras y los materiales, así como y las técnicas empleadas para hilar, tejer y bordar, se transmitía de generación en generación, de modo que las niñas aprendían este oficio desde muy pequeñas de sus madres y abuelas.

La riqueza de los textiles prehispánicos fue reconocida por los conquistadores españoles al llegar a América, incluso Hernán Cortés escribió al rey Felipe II narrándole las bellezas de las tierras descubiertas y envió variados presentes entre los que destacaban piezas de oro y plata, plumas de aves preciosas y piezas textiles tejidas y bordadas por los mexicas. En palabras de Cortés

Moctezuma me dio una gran cantidad de sus propios textiles los cuales, considerando que eran de algodón y no de seda, tenían tal calidad que eran similares en su diseño y tejido como los mejores del mundo por su variedad y naturalidad de los colores y mano de obra. Entre estas prendas había prendas espléndidas para hombres y mujeres, ropa de cama con las cuales incluso las piezas hechas de seda no podrían ser comparadas [...] y otras diversas cosas que por su cantidad y calidad no puedo describir a su majestad (Cortés, 1986).

Los textiles que llegaron a manos del rey de España fueron resultado de la evolución de las técnicas para extraer las fibras vegetales endógenas de América; de los procesos de hilado y las variantes de tejido, que fueron desarrollándose con el tiempo y enriqueciéndose con el intercambio cultural ocurrido durante los años previos a la llegada de los españoles.

El desarrollo textil ocurrido en el periodo prehispánico no solo determinó la forma de vestir de los pobladores de México, sino que jugó un papel determinante en la vida diaria, la construcción de costumbres, la instrucción que se impartía a las nuevas generaciones y el orden jerárquico que prevalecía en las sociedades de las diferentes culturas que habitaban el territorio mexicano. Además, los detalles plasmados en las prendas eran reflejo de la vida cotidiana de cada cultura, obras

de arte que daban cuenta de sus paisajes, tradiciones, creencias, deidades, celebraciones y conmemoraciones.

2.2.2. Los textiles en la época colonial

Con la llegada de los españoles a América, arribaron también nuevas especies animales y vegetales, nuevas costumbres y técnicas, poco tiempo trascurrió para que estas novedades fueran adoptadas y adaptadas a la realidad de este continente. El sector textil no fue la excepción, por lo que ocurrieron una serie de reacomodos en la producción de los textiles artesanales: se integraron materiales como la lana de las ovejas, los hilos, telas y listones, el cáñamo, las cuentas de vidrio (chaquira y abalorios), se adoptó el uso de tijeras y agujas, lo que dio paso al desarrollo de técnicas de bordado; de igual forma se introdujeron nuevas herramientas para hilar y tejer, como la rueca y el telar de pedal.

Tras la Conquista el uso de telas de algodón por los comunes se extendió, la indumentaria de los habitantes de la Nueva España era reflejo de los cambios sociales. Las mujeres llevaban un enredo o falda, el huipil o blusa larga y el quechquémitl, rebozo triangular; el estilo y material de cada uno variaban según los grupos étnicos¹⁵ y las regiones (Salvucci, 1992; Turok, 1988). Cada casta desarrolló una indumentaria propia, con la cual se reconocía como parte de un grupo; surgió en este periodo la figura del criollo y con él, la identidad novohispana, reflejadas en prendas como el rebozo¹⁶ y el sarape.

Poco a poco, el hilado y el tejido no fueron actividades exclusivas de la población de origen indígena, sino que, con la introducción de maquinaria y técnicas

¹⁵ Los indígenas habían obtenido ciertos privilegios por el rey de España, entre los que se encontraba el poder seguir vistiendo como tradicionalmente lo hacían, siempre que fuera acorde con las reglas de convivencia. Así, solo las mujeres indígenas podían vestir huipil y la indumentaria del hombre se transformó por completo: el maxtlatl se convirtió en algodón (o calzón) y la tilma se convirtió en zarape o manta (Turok, 2018).

¹⁶ El rebozo fue reconocido por el Dr. Atl como prenda nacional (Murillo, 1922) y surgió por influencia del mamatl prehispánico, la mantilla española (de influencia árabe) y el rapacejo o anudado oriental (Turok, 1988).

españolas, algunos mestizos incursionaron en esta actividad, aumentando la oferta de productos textiles en el mercado de la Nueva España.

Al hablar de la industria textil novohispana es necesario hacer una diferenciación entre la producción de los telares sueltos o artesanales y la que provenía de los obrajes. Los telares sueltos existían dentro de toda una variedad de relaciones sociales y de producción, de ella se beneficiaban desde los trabajadores humildes dedicados a la agricultura, hasta los prósperos artesanos y pequeños capitalistas (Turok, 2018).

Los obrajes hacían referencia a una estructura similar a la de una fábrica. Eran talleres u oficinas en donde existía un jefe y varios empleados, encargados de hilar, tejer y elaborar jergas, bayetas, frazadas, telas de lana burda y otro tipo de telas que requerían poco arte. El aumento de la demanda de textiles en la Nueva España, generó que parte de la población dejara de fabricar textiles de forma artesanal para emplearse en los obrajes, que más tarde evolucionarían hasta convertirse en fábricas textiles que darían paso a la industria textil mexicana.

Los telares sueltos formaban parte de una importante economía informal, algunos telares eran propiedad de productores independientes y otros operados por trabajadores domésticos, que dependían del financiamiento de los comerciantes. Los propietarios de los telares sueltos, eran conocidos como artesanos, mientras que los trabajadores de los obrajes, simplemente eran llamados operarios o sirvientes.

Los telares artesanales mantuvieron su funcionamiento con diversas formas de organización: la más básica y numerosa era la familiar, donde un artesano y su familia operaban con uno o dos telares en su casa, trabajando la lana o el algodón, pero también funcionaban en pequeños talleres, como los trapiches y obradores. Esto a veces podía formar parte de un sistema doméstico, o bien de venta de primera mano, en que el tejedor entraba en una relación con un comerciante financiero o con un empresario más importante de textiles, propietario de un obraje que aportaba crédito y materias primas.

Estos pequeños telares artesanales se caracterizaban por trabajar bajo un esquema informal, adoptar una organización simple y enfrentar la enorme competencia los obreros, situación que presentaban varios retos para estas organizaciones como el abastecimiento de la materia prima, especialmente el algodón; los tiempos de producción; y los mecanismos de venta de sus productos finales en el mercado (Turok, 2018).

En los siglos XVI y XVII, el algodón cultivado era empleado por las familias como artículo de consumo doméstico, pero al llegar al siglo XVIII, la demanda de telas de algodón era satisfecha por los telares sueltos, por lo que muchos españoles y mestizos, se dedicaron a su producción y venta. La dificultad para obtener la materia prima era un factor relevante, ya que a menos que ellos mismos cosecharan el algodón (una actividad temporal) era complicado financiar el tejido.

Algunos tejedores no tenían fuente fija de abastecimiento, por lo que la dificultad para hacerse de la materia prima y los medios para satisfacer sus necesidades económicas personales y familiares, obligaba a los artesanos a priorizar sus actividades económicas y dejar en segundo plano la producción textil, como una actividad complementaria. Para las poblaciones indígenas, su ocupación principal era el campo y la cosecha de alimentos, mientras que el tejido era una actividad temporal que adoptaron como segunda actividad productiva, para obtener recursos adicionales que les permitieran asegurar su subsistencia y la de sus familias.

El proceso de obtención de materia prima se había modificado para muchos de los artesanos, al no cosechar el algodón que utilizaban, dependían de una amplia variedad de proveedores, lo que también determinaba las condiciones de su producción: algunos tejían por encargo a quienes les proveían de materia prima o para quienes llevaban a cabo venta al mayoreo, y algunos otros trabajaban con intermediarios (tenderos y comerciantes) quienes actuaban como acreedores y organizadores de los sistemas domésticos de producción.

Pese a estos retos y ser un sector económico informal, la producción artesanal de textiles se mantuvo gracias a que la población indígena continuaba elaborando

prendas para su autoconsumo, así como por la calidad de las piezas tejidas a mano que lograban acabados y detalles que ninguna maquina española conseguía; productos como paños de rebozo, eran tejidos con una mezcla de algodón y seda, embellecida con hilo metálico; quienes los fabricaban no tenían una cuota fija de artículos que vender, por lo que dedicaban más tiempo para conseguir la calidad y nivel de detalle requerido y podía venderse a mejor precio¹⁷.

Sin embargo, mientras que el proceso de producción se mantuvo como antes de la conquista, las tejedoras tenían un nuevo problema: la comercialización de su mercancía. Antes, era sencillo llevar los textiles al mercado o al tianguis, pero tras la Conquista habían adoptado un nuevo sistema de comercialización, para lo cual varias tejedoras se organizaban y una de ellas recogía el producto de todas, y en su nombre, un miembro de su familia o empleado de confianza se llevaba el paño y lo vendía; a su vuelta al pueblo, se repartían las ganancias:

Las tejedoras campesinas con telares de cintura, los retaceros en los límites de la subsistencia, los trapicheros que había al garete en los mercados urbanos, los artesanos con talleres y jornaleros, y los campesinos que vendían artículos en los mercados fuera del pueblo local, o tianguis, formaban, todos ellos una red variada – una red de tejedores – que ayudaba a abastecer a México con telas que España no aportaba. Y sin embargo, todos compartían características comunes. Su producción, aunque capitalista, estaba organizada en forma artesanal y doméstica, y no según el sistema de fábrica o manufactura (Salvucci, 1992, 37).

Por medio de los mecanismos de cooperación entre artesanos, la venta de textiles artesanales subsistió durante la Colonia, pero gran parte de la producción solo circulaba dentro de los mercados locales, determinando cierto grado de autosuficiencia regional. Los precios eran bajos, y en cambio, los costos de transporte eran altos. En su mayor parte, las telas baratas de algodón no podían

¹⁷ Los paños de rebozo fabricados Temascaltepec y Sultepec tenían precios de 60 a 600 pesos por docena, o de 4 a 10 veces más que el paño de Puebla, y eran enviados al norte, por el Bajío y tierra adentro. Estos paños, especialmente las variedades finas, con alto contenido de seda y mucho trabajo manual, tenían mercados relativamente extensos, pues eran artículos de superior calidad, bien cotizados (Salvucci, 1992, 40).

circular a grandes distancias y formaban parte de una economía más vasta, menos formal, en la que los niveles de productividad eran bajos.

La transformación social y política ocurrida durante este periodo enriqueció la tradición textil artesanal mexicana, incluyó nuevos materiales, herramientas y técnicas; además el crecimiento poblacional propició un aumento en la demanda de textiles lo que le permitió a las y los tejedores mantener viva su actividad. No obstante, nuevos retos se presentaron: la gran oferta de prendas de algodón fabricadas por los obreros a bajo costo, la dificultad para abastecerse de materia prima y los retos para ofertar los textiles en el mercado, colocaron a la fabricación de textiles en segundo plano, como una actividad económica complementaria, con una baja productividad y, por lo tanto, una remuneración insuficiente.

2.2.3. Textiles artesanales en el México actual

Los textiles artesanales continuaron evolucionando durante la etapa del México independiente, integrando elementos y respondiendo a las influencias culturales y sociales de los cambios que se gestaron. En el siglo XX, luego de la Revolución Mexicana, el nuevo grupo gobernante retomó los textiles para afianzar la idea de lo tradicional como símbolo de unidad y reflejo de la identidad nacional, de la construcción de la mexicanidad; al respecto Novelo afirma que:

La construcción de la cultura mexicana que en esa etapa se proclama nacional, manejó la idea de que a todos los mexicanos los unía la herencia racial y cultural de los indios primigenios habitantes del territorio de modo que algunas de las expresiones culturales indígenas [...] pasaron a convertirse en motivo de orgullo y exhibición pública (2005, 38).

Si bien los textiles artesanales mexicanos han evolucionado, integrando elementos de otras culturas, su valor radica en la preservación de las técnicas, los materiales y los procesos de hilado, tejido y bordado, lo que los hace únicos y los diferencia del resto en un entorno altamente industrializado, con ciclos de vida de los productos

cada vez más cortos, un alto nivel de innovación tecnológica, bajos costos de producción y patrones culturales altamente homogeneizados.

Estas tradiciones textiles aprendidas en casa y transmitidas de generación en generación, que guardan los aspectos culturales de cada comunidad, son lo que Parra llama resistencias silenciosas y lo define como:

[...] las tradiciones textiles son resistencias silenciosas que encuentran su modo de sobrevivir a través del dinamismo, la transformación; que se va configurando con el tiempo y que son producto de la creatividad nata y la capacidad de adaptación de los pueblos originarios del continente. Son resistentes, silentes y residentes, portadoras de diversidad (Parra, 2018, 37).

Actualmente, es posible diferenciar dos tipos de textiles artesanales (Turok, 2015): los que son la base de la indumentaria tradicional y ritual que cumplen funciones de distinción geográfica, familiar, de posición social o de rangos políticos, cuya elaboración es más detallada, la iconografía es vasta y llena de simbolismos, por lo que su elaboración suele demorar más tiempo.

Por otra parte, se encuentran los textiles artesanales destinados a comercializarse, que incluyen todo tipo de prendas como cintas, fajas, huanengos, morrales, quechquémitl, huipiles, enredos, rebozos, servilletas, caminos de mesa, sarapes, gabanes y cotones, elaborados en telar de cintura o telar colonia y bordados a mano. Debido a que el objetivo es su venta, la gran mayoría de estos han adoptado características que el mercado dicta.

Cada día vemos más adaptaciones de los trajes tradicionales de los pueblos originarios a las estéticas promovidas como universales. No solo esto, sino que también las formas de producción mutan para adaptarse a las exigencias del mercado, reduciendo el tiempo en que se fabrican prendas y textiles por necesidad de hacerlos más redituables económicamente y poder adecuarse al modelo económico capitalista (Parra, 2018, 35).

Muestra de esto es la adaptación que presenta el proceso de producción textil artesanal donde además de fibras naturales, se incluyen hilos sintéticos y artificiales para obtener acabados con colores más brillantes (acrílico y nylon especialmente);

los modelos varían con base en los requerimientos de los clientes (diseños más ajustados o con cortes modernos); incluyen bordados y detalles minimalistas o específicos y emplean una iconografía comercial.

La demanda de textiles artesanales no solo sigue presente en nuestro país, sino que se ha acentuado y extendido por el mundo; el auge de lo “étnico” y la revalorización de la imagen indígena también impulsa el mercado de las artesanías. Adicionalmente, la industria turística¹⁸ ha promovido el conocimiento de estos objetos y la administración pública ha impulsado programas específicos al respecto¹⁹.

Sin embargo, pese a los esfuerzos, tanto gubernamentales como de los propios artesanos, existen aún una serie de retos para que este sector consolide la producción de artesanías, ya no como una actividad económica complementaria de subsistencia, sino como un negocio redituable que le permita obtener ganancias, tal es el caso de la forma de producción, determinación de precios, espacios de venta, mercadeo y la propia organización de los artesanos.

Los textiles artesanales mexicanos son piezas únicas, elaboradas a mano, cuya calidad y durabilidad es muy alta, pero que comparados con la amplia oferta de prendas industrializadas (nacionales e importadas) fabricadas a bajo costo y en grandes cantidades, resultan poco competitivas en el mercado.

Los espacios de venta también son todo un reto; si bien los textiles artesanales gozan de amplia fama, pocos son los consumidores que conocen y están conscientes del trabajo que hay detrás de cada pieza y estén dispuestos a pagar a los productores un precio justo por sus creaciones. Lugares como exposiciones o

¹⁸ Se han establecido corredores turísticos específicos para la difusión y adquisición de mercancías, que incluyen el acceso a talleres de artesanos donde el turista conoce quiénes y cómo elaboran los productos que adquiere.

¹⁹ La administración pública buscó impulsar el sector artesanal a través de la creación de programas de apoyo, siendo el más destacado, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), un fideicomiso público del Gobierno Federal, sectorizado en la Secretaría del Bienestar, que tiene por objetivo mejorar la condición productiva de los artesanos cuyo ingreso es inferior a la línea de bienestar (FONART, 2020). Sus líneas de acción son: capacitación integral y asistencia técnica; apoyos a la producción; adquisición de artesanías; apoyos a la comercialización; y concursos de arte popular.

galerías en donde se exhiben y venden estas piezas, contribuyen a su revalorización, pero no todos los artesanos tienen la oportunidad de acceder a estos espacios.

La mayoría de las artesanías se comercializan en lugares turísticos, donde además de competir con otros artesanos de la región, también lo hacen con copias de artesanías provenientes de Asia o con manualidades elaboradas con materiales de baja calidad y sin el rigor de los procesos artesanales, las llamadas artesanías “chatarra” que buscan ofrecerle al turista un “recuerdito” del lugar que visitó (Turok, 2018).

Recientemente se ha presentado, con más frecuencia que antes, aunque no por esto es un problema nuevo, el plagio de iconografías artesanales por parte de diseñadores reconocidos y empresas textiles, de todas partes del mundo²⁰ que han plasmado en sus colecciones y puesto a la venta prendas con diseños de piezas elaboradas en comunidades indígenas, sin retribuirles nada, otorgarles el crédito por su creación o trabajar colaborativamente con ellas.

El sector textil artesanal mexicano sigue presente, subsiste pese a todos los retos que la actualidad le presenta; continúa siendo una tradición y una herencia cultural que se mantiene viva gracias a una pequeña y marginada parte de la población que envejece y cuyas comunidades carecen de un verdadero desarrollo económico y social, pero todavía no es un negocio que genere ganancias y les permita mejorar su calidad de vida; por este motivo, no logra convencer a las nuevas generaciones de continuar produciendo artesanías cuyo pago en el mercado no corresponde con el alto nivel de esfuerzo invertido en su elaboración.

²⁰ Entre los casos más relevantes de plagios de diseños artesanales, es posible mencionar: Zara y Mango (España), Forever 21 y Nike (EE.UU.), Baitik Amarillis (Indonesia), Star Mela y Marks & Spencer (Reino Unido), Hermes e Isabel Marant (Francia), Nestlé (Suiza), Rapsodia (Argentina) That's it, Pineda Covalin y Yuya (México) (Nava, 2018).

2.3. Cadena de valor de los textiles artesanales mexicanos

Pese a la importancia productiva y el peso económico de los textiles artesanales en México, poca diferencia existe entre la estructura productiva y comercial de la época de la Colonia y la actual. La revalorización de los textiles artesanales y el aumento en sus ventas no ha representado un desarrollo económico y social para quienes los elaboran.

Se trata de pequeñas comunidades, indígenas en su mayoría, que todavía mantienen altos niveles de pobreza y marginación, cuyos productos son vendidos en mercados, plazas y zonas turísticas y la retribución económica no corresponde con el esfuerzo realizado para su elaboración. Para comprender qué es lo que sucede, es indispensable revisar la cadena de valor de los textiles artesanales, considerando cada una de las etapas, materiales y actores involucrados.

2.3.1. Suministro, producción y organización artesanal textil

La elaboración de textiles artesanales va más allá de la creación de una pieza de ropa, involucra un conjunto de saberes sobre la manipulación de la materia prima y los procesos empleados, así como un entramado de relaciones comunitarias que dan lugar a la fabricación de objetos únicos.

El origen de los materiales que se emplean para la elaboración de cada pieza es un factor clave; la producción de textiles involucra el manejo de las fibras naturales (algodón, henequén, ixtle, seda, lana), el empleo de tintes naturales (añil, grana cochinilla) y la incorporación de nuevos materiales de origen industrializado (hilos mercerizados, chaquira, listones).

Cuando se habla de producción de textiles artesanales se suele señalar como creador al artesano, de forma singular, pero en realidad, se trata de un entramado de relaciones comunitarias que, por medio de vínculos familiares y de amistad permiten complementar la actividad que cada uno realiza.

En una comunidad artesanal, una sola persona no puede, ni produce, una pieza de principio a fin, sino que el proceso ocurre a partir de diferentes etapas a cargo de personas diferentes. De este modo, encontramos al campesino que siembra el algodón, que una vez cosechado es llevado con alguien más para que lo lave, lo seque y lo golpee, para darle la textura esponjosa que requiere.

Posteriormente, ese algodón es llevado con los hiladores, generalmente, personas mayores expertas en el arte textil, que con paciencia hacen girar el malacate para formar el hilo que acomodan en madejas, las cuales pasarán a manos de los teñidores, expertos en las técnicas de teñido de estas fibras a partir del empleo de materiales vegetales o animales, así como de la conservación de los mismos.

Una vez teñido el hilo, las tejedoras lo emplearán para montar el urdimbre y comenzar el tejido en el telar de cintura (o en telar de pedal), proceso largo y detallado, que dará lugar a piezas de tela rectangulares que serán unidas por las bordadoras, quienes siguiendo patrones de bordado que coincidan con la iconografía plasmada en las telas y hagan juego con los colores empleados, unirán las diferentes piezas y pondrán los detalles finales, para luego llevarlas con alguien que las lave y las planche, para dar fin al largo proceso de elaboración de una pieza textil artesanal completa (ver figura 8).

Como se puede apreciar, los artesanos se encuentran organizados en clústeres²¹ comunitarios orientados a la producción de textiles artesanales, puesto que su entorno los provee con la materia prima necesaria, mientras que la cercanía geográfica y las relaciones que se establecen dentro de la comunidad, permiten la articulación de todas las unidades de negocio (agricultores, hiladores, teñidores, tejedoras, bordadoras, etc.) de la cadena de valor de estos productos. En cada etapa, cada uno de ellos imprime su sello, la pieza toma forma y el resultado final es una prenda elaborada comunitariamente que llegará al mercado y deberá retribuir el trabajo de todos.

²¹ De acuerdo con Michael Porter los clústeres son “son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, suministradores especializados, proveedores de servicios, de universidades, institutos de normalización, asociaciones comerciales que compiten pero que también cooperan” (1997, 203).

Figura 8. Proceso de producción de los textiles artesanales

Fase	Materiales	Instrumentos	Procesos/Técnicas
1. Obtención de fibras	Algodón	Coa, mano	Sembrar(Cosechar
	Lana	Tijeras	Pastorear(Trasquilar
	Ixtle, tallos	Machete	Seleccionar/Cortar
	Seda	Mano	Recolectar
	Algodón	Dedos	Escarmear
	Tintes naturales	Costal/Varas	Varear
	Anilinas	Malacate, rueca o hilar	Hilar Teñir
2. Tratamiento y preparación de las fibras	Lana	Dedos	Escarmear
	Tintes naturales	Tubérculos o detergente	Lavar
	Anilinas	Cardas	Cardar
		Malacate, rueca o hilatura	Pilar Teñir
	Ixtle y Tallos	Mazo de piedra	Machacar, secar
	Plantas, cortezas	Raspador	Despulpar
	Tintes naturales	Jabón	Desfleamar, secar
3. Tejido y bordado con hilos y estambres	Anilinas	Dedos Malacate o rueca	Peinar Hilar Teñir
	Seda, tallos	Agua de ceniza	Hervir, secar
	Tintes naturales	Dedos	Esponjar
	Anilinas	Malacate o rueca	Hilar Teñir
	Fibras sintéticas	Urdidor	Urdir
	Tintes	Telar de cintura Telar de pedales	Tejido sencillo Tapiz o sarape Labrado o urdimbre Brocado Tejido de curva Confite Gasa Sarga Tela doble Tramas envolventes Ikat o jaspe/teñir
	4. Elaboración de telas	De telar de cintura	Aguja
Manta, cuadrillé		Gancho	-Punto de cruz
Popelina		Hilos, ligas	-Punto al pasado
Hilazas			-Hilvanar
Estambres			-Pepenado de fruncido
Chaquira			-Deshilado
Lentejuela			-Deshilado rebordado Randas y tejidos de gancho Anudados o macramé Teñido en reserva o plangi
5. Ensamble de las prendas	Telas decoradas	Aguja e hilo	Armar prendas

Fuente: Turok Wallace, M. (1988). *Cómo acercarse a las artesanías*. México: Plaza y Valdés, pp. 96-99.

La articulación de cada uno de los elementos que forman la cadena productiva de los textiles artesanales dentro de estos clústeres comunitarios, es resultado de años de experiencia en el sector, de las habilidades desarrolladas y de los conocimientos técnicos que se han aprendido de forma empírica, transmitiéndose de padres a hijos y que perdura hasta nuestros días.

Dentro del análisis del proceso productivo es importante destacar la forma de organización de los artesanos, que determinará el resto de la cadena de valor. Victoria Novelo (1976) y Marta Turok (1988) reconocen cuatro formas básicas de producción artesanal. La primera es la producción familiar, conformada en su mayoría por productores del campo y cuyo proceso de enseñanza y aprendizaje es no formal, inicia en la infancia y es a través del juego y la cooperación que descubren los materiales, los colores, las técnicas de teñido, las combinaciones y elaboran sus primeros diseños.

La actividad artesanal es considerada complementaria a las tareas del campo, por lo que no existen tiempos laborales estrictamente definidos, sino que estos dependen de factores como la posesión de tierra, el mismo proceso artesanal (cuantas personas participan en él y sus actividades principales), condiciones de trabajo (calendarios y horarios laborales), sistema de comercialización (relación directa con el cliente o a través de intermediarios), los clientes y las características del mismo producto.

El factor tierra es de suma importancia, puesto que por mucho tiempo la actividad artesanal se consideró complementaria a las actividades tradicionales como la agricultura y la ganadería, pero el abandono del campo, el cambio climático y el bajo precio al que se comercializan los productos primarios, han generado que muchos campesinos migren a otras ciudades o países en busca de mejores oportunidades o cambien de actividad productiva.

Es así que, algunos artesanos no poseen tierras, por lo que la elaboración de sus productos artesanales son ahora su actividad principal, lo cual ha generado cambios en la estructura de la producción, como el cambio de roles (inclusión de hombres

en actividades como el tejido o el bordado), cambios en las relaciones laborales (si los artesanos trabajan individualmente o manufacturan para algún taller artesanal) y cambios en la comercialización (relaciones directas productor-cliente o a través de intermediarios).

Los artesanos que poseen tierra, adoptan un sistema de producción diferente, ya que una parte de su familia se dedica a trabajar en el campo, por lo que su tiempo disponible para la actividad artesanal disminuye. Existen casos excepcionales en los que los artesanos cuentan con algún ingreso adicional (remesas o dan a trabajar sus tierras), lo que les permite dedicarse de tiempo completo a la producción artesanal, casos como estos suelen evolucionar en pequeños talleres capitalistas.

La segunda forma de producción, el pequeño taller capitalista (Novelo, 1976), suele contratar a artesanos como asalariados, quienes desempeñan diferentes tareas dentro de las fases de producción menos especializadas, sin que haya todavía una clara división del trabajo. En este tipo de estructura el jefe del taller sigue participando como artesano, desempeñando su labor en alguna de las etapas de la producción.

Se especializan en productos suntuarios y decorativos por encargo, participan en los concursos promovidos por las instancias gubernamentales como el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI) o FONART, y a diferencia del taller familiar, el pequeño taller capitalista sí genera ganancias por las mercancías que vende, lo que abre la posibilidad de mejorar la calidad de vida: acceso a una mayor escolaridad y adquirir bienes adicionales.

El taller se encuentra es un espacio designado especialmente para la producción de artesanías y, generalmente, se agrega una tienda y una sala de exposiciones para que los turistas puedan “adentrarse” en la tradición artesanal. Estos negocios incluyen empaque y envío de sus productos a nivel nacional y al extranjero. No se trata de talleres anónimos, sino que tienen una imagen y una firma, forman ya una empresa.

La tercera estructura productiva es el taller del maestro artesano independiente (Novelo, 1976), conformado por una sola persona que es dueña de sus medios de producción, trabaja en un espacio reducido, su producción es limitada y acotada a objetos suntuarios y simbólico-religiosas. Este tipo de talleres adopta algunos patrones del pequeño taller capitalista para adecuarse a las circunstancias y, en casos de alta demanda, contrata gente adicional.

En los últimos años este tipo de talleres ha proliferado en las urbes bajo el concepto de neoartesanía (Turok, 1988, 116), productos elaborados por artistas plásticos autodidactas que retoman algunas técnicas tradicionales. Estos artesanos diseñadores elaboran objetos utilitarios muy similares a los artesanales, pero adecuándolos a las necesidades y gusto del consumidor.

La cuarta estructura productiva es la manufactura o industria artesanal (Novelo, 1976), propiamente reconocida como tal por los procesos de producción y los materiales que emplea. Se trata de una empresa propiamente constituida, donde el dueño del taller no participa directamente como artesano y emplea solamente a personal asalariado, es decir, que subcontrata a talleres artesanales o a artesanos que laboran en su domicilio, predominando el pago a destajo o maquila.

Existe una clara división del trabajo en donde cada artesano se especializa en una sola actividad, lo que rompe con la relación vertical e integral que existía entre el artesano y la pieza final, restando valor creativo e identitario a la artesanía. Los objetos que elabora son decorativos o suntuarios cuya venta se destina a consumidores de alto poder adquisitivo. Se trata de piezas mundialmente reconocidas como artesanías mexicanas como trajes de charro, vestidos y blusas con bordados o deshilados y ropa con gancho (Turok, 1988).

Como se puede apreciar, dentro del sector artesanal existe una amplia variedad de formas de organización para la producción. No obstante, el grueso de los productores de textiles artesanales en México conforma talleres familiares, trabajan a partir de técnicas tradicionales y su materia prima es principalmente de origen natural, factores que añaden a cada uno de los productos que realizan, la ventaja

comparativa de diferenciación por su valor cultural, el detalle en su manufactura y el sello que imprimen al momento de su confección.

La mayoría de estos artesanos carecen de una organización formal, trabajan en familias y su producción es un complemento a los ingresos que obtienen por sus actividades en el campo; por lo que no cuentan con una planeación de la demanda, sus tiempos de producción son variables y su forma de comercialización depende por completo de los intermediarios que visitan sus comunidades para ofrecer estos productos en sitios turísticos o localidades más pobladas.

2.3.2. Los intermediarios en la comercialización de los textiles artesanales mexicanos

Desde la Época de la Colonia, cuando la venta de textiles artesanales fabricados por los telares sueltos se popularizó, el vínculo entre las artesanas y los clientes fueron los intermediarios, familiares o compadres quienes recogían las prendas elaboradas por las artesanas para transportarlas a las plazas o mercados, donde eran vendidas y posteriormente, se entregaba el pago a las productoras.

Este mecanismo de venta subsistió hasta hoy por varias razones, la primera de ellas es el tiempo de los productores, el cual se ve reducido por dos factores principales: los procesos de producción son sumamente largos por el nivel de detalle de las piezas y la actividad textil artesanal suele ser complementaria a las labores productivas en el campo, por lo que varían dependiendo la estacionalidad (si es tiempo de siembra o de cosecha).

Aunados a esto, el 88% de quienes elaboran textiles artesanales son mujeres (INEGI, FONART, SEDESOL, 2018) en comunidades rurales, por lo que además de participar en las actividades del campo, están a cargo de su hogar, la crianza de los hijos, el cuidado de los padres y la atención de sus esposos. Esta doble jornada y las costumbres de estas regiones dificultan a las mujeres mantener un ritmo constante de trabajo, y encargarse ellas mismas de la venta de sus piezas.

A lo anterior, se suman aspectos como el analfabetismo, no hablar español, la falta de confianza en sí mismas, la apatía y desinterés por involucrarse en los procesos de comercialización; factores que desaniman a las y los productores de vender sus piezas de forma directa y optan por trabajar con intermediarios.

Entre más tradicional es el proceso de producción de los artesanos, más vulnerables se encuentran de caer en manos de intermediarios, agiotistas y comerciantes, y corren el riesgo de ser explotados, de que sus artesanías les sean compradas a un precio muy por debajo al que se ofrecen en el mercado o de incorporarse a un sistema de manufactura en donde, el artesano se convierte en un trabajador asalariado, cuyo pago no corresponde al trabajo físico y creativo que realiza.

Otra razón por la cual los artesanos caen en las manos de los intermediarios es que son ellos los que los proveen de las materias primas para realizar sus artesanías, por lo que, a través de tratos entre artesanos e intermediarios se asegura que las piezas producidas solo serán vendidas a estos últimos. Al perder el control de sus medios de producción es cada vez es más común que los artesanos recurran a las manufacturas, el trabajo a destajo o a domicilio, o que tengan mayor presencia en pequeños talleres capitalistas, convirtiéndose en trabajadores asalariados.

Cualquiera que sea el motivo, trabajar con intermediarios conlleva el riesgo para los productores de perder el control sobre la determinación de los precios de sus piezas, especialmente en las comunidades rurales donde necesitan esos ingresos. Y aunque sus piezas poseen un valor agregado respecto a los productos industriales, la necesidad les obliga a sacrificar esta ventaja para mantener sus precios bajos y ser competitivos:

Entre más ligada estaba la comunidad o una unidad doméstica a la economía de autoconsumo, más vulnerable era al enfrentarse a la venta ocasional de sus tejidos para resolver una emergencia, pues no tenía establecida la racionalidad económica de calcular un precio de venta con ganancias. Después del cálculo del costo de producción (que conocían perfectamente) buscaban compensar su tiempo, y este era el margen de regateo y negociación, de ahí también la enorme fluctuación de precios entre los intermediarios y comerciantes, quienes lograban obtener a muy

bajo precio los artículos a partir del abuso, el compadrazgo y el trueque ventajoso (Turok, 1988, 132).

Hoy en día, existen nuevas variantes de intermediarios que por su origen y modelo de comportamiento puede representar un cambio en la cadena de valor de los textiles artesanales mexicanos: las vendedoras artesanas y los colectivos de artesanos organizados para la venta de sus productos.

En el caso de las vendedoras artesanas, suele tratarse de mujeres que anteriormente se dedicaban a la producción de textiles artesanales, pero por determinadas circunstancias cambiaron esta actividad por su venta; transformaron su rol de productoras por el de vendedoras, y ya sea en una relación directa con artesanas de su familia o de su comunidad, o como intermediarias entre otras comunidades y el mercado, ellas exploran los mecanismos de comercialización de textiles artesanales.

Las mujeres vendedoras portan blusas o huipiles y faldas, son identificadas como indígenas y aprovechan esta identificación para la venta. La gran mayoría de ellas han perdido la facultad de tejer y bordar la ropa tradicional porque tienen otras obligaciones en la ciudad que las obliga a permanecer y trabajar diariamente en la calle, y compran a otras indígenas las faldas y blusas que portan. Muchas mujeres son conscientes que la venta no sólo depende de los productos exhibidos sino del exotismo y escenificación en que son presentados (Bayona, 2013, 381).

Los colectivos de artesanos, por su parte, están formados por personas que se organizan de forma interna, talleres familiares que, al crecer, incorporan a amigos y otros miembros de sus comunidades, para evitar a los intermediarios y ofrecer de forma directa sus piezas en el mercado.

Este tipo de organizaciones presentan ventajas adicionales para los artesanos y para los clientes, puesto que los primeros, en una relación directa con el mercado, comprenden las necesidades de los clientes y pueden aportar ideas para innovar y adaptar sus productos, volviéndolos más atractivos para los compradores. Por su parte, los clientes conocen quien elabora el producto que adquieren, lo que los

sensibiliza sobre la compra que realizan y rescata el valor agregado de la mercancía.

Los intermediarios son reconocidos por aprovecharse de los productores de textiles artesanales, de regatear y duplicar o triplicar los precios cuando ofertan estos productos. No obstante, el acercamiento que algunos artesanos han tenido con el mercado y las variantes organizativas que han adoptado para evitar a los intermediarios, permite dar pasos importantes hacia la adopción de mecanismos más justos de comercio para los productores, donde ellos puedan tener control de sus precios y establezcan un dialogo directo con el cliente, que les permita mejorar sus piezas para satisfacer a los compradores.

2.3.3. Comercialización de textiles artesanales

Frente a la competencia de bienes industrializados, el sector artesanal ha transformado su organización, creando una dinámica de mercado propia, donde además del valor cultural e ideológico que poseen estos objetos, son bienes ofertados en el mercado que promueven la creación de empleos y oportunidades de desarrollo para quienes los elaboran.

Más allá del mercado de autoconsumo, que sigue existiendo en las pequeñas comunidades, el grueso de los ingresos generados por el sector artesanal proviene de las ventas que se realizan en el mercado urbano, donde los compradores son en su mayoría personas de clase media y alta, con necesidades de funcionalidad específicas, y con gustos cosmopolitas y eclécticos. En este sentido, Turok (1988) distingue cuatro categorías de mercado artesanal: el turismo masivo-dirigido, el mercado de decoración de interiores, mercado de coleccionistas y piezas especiales por encargo y el mercado de las nuevas artesanías.

En el turismo masivo-dirigido se comercializan artesanías que suelen caracterizarse por su menor calidad y precio, los llamados “mexican curius”, trajes típicos, blusas corrientes y el “recuerdo de...”. Los artesanos que atienden este mercado enfrentan

la saturación de mercancías por la alta competitividad de los sitios (pueblos mágicos, zonas arqueológicas, sitios altamente turísticos).

La producción de los textiles artesanales no es ajena a esta situación y ha sido adaptada para poder competir en este contexto:

Las tejedoras y vendedoras buscan nuevas formas de subsistencia basadas en un trabajo manual o industrial ahora revalorizado a nivel global y han renovado su trabajo para incorporar textiles híbridos mezcla de los gustos que adopta el consumidor. Son estrategias comerciales que se adaptan a un nuevo contexto, en la que se entra en dinámicas de un mercado capitalista en donde se mercantiliza al objeto, pero también a las personas mismas que comercializan (Bayona, 2013, 382).

Aunado a las modificaciones en las mercancías, se han adoptado mecanismos de comercialización que coinciden con este tipo de mercado:

Las tejedoras y vendedoras indígenas son las que obtienen mayores beneficios al combinar diversas estrategias: crean tiendas para tours turísticos, se asocian en organizaciones de artesanas con apoyos estatales o internacionales, se convierten en vendedoras apoyadas por organismos corporativos en la ciudad, hacen negocios con ladinas y extrajeras propietarias de comercios (Bayona, 2013, 382).

El mercado de decoración de interiores, es un mercado versátil y dinámico, caracterizado por el surgimiento de nuevos diseños. Para la producción de los bienes que aquí se ofertan se emplean técnicas tradicionales para crear objetos útiles como mantelería, cojines, colchones, indumentaria. Es uno de los mercados más recurridos por los artesanos, prácticamente todos contribuyen a ella.

El mercado de coleccionistas y piezas especiales por encargo, donde priman las artesanías suntuario-decorativas, hace referencia a los pequeños talleres capitalistas, los cuales dominan el mercado. Se trata de piezas únicas con alto grado de dificultad, técnica muy detallada y alto contenido creativo o innovador. Desafortunadamente solo un pequeño porcentaje logra insertarse y mantenerse en este mercado.

Finalmente, el mercado de las nuevas artesanías es resultado de la innovación en el uso, el diseño y los materiales empleados en su manufactura. Se trata de aquellos objetos artesanales que presentan modificaciones o fusión de diseños y técnicas para dar lugar a objetos completamente nuevos como el árbol de la vida, barro negro bruñido o alebrijes.

En gran medida, estas nuevas artesanías han sido impulsadas por los certámenes temáticos para el impulso a las artesanías (mar, soles, eclipses, nacimientos, muertes y Catrinas), los cuales han sido positivos para el estímulo a la calidad técnica, la innovación y la competitividad. No obstante, estos certámenes exaltan al individuo, cuando las artesanías son producto de saberes, cosmovisiones e identidades colectivas. Además, la organización de estos eventos suele atraer críticas debido a la escasa coordinación entre la federación y los estados, la ausencia de una base clara y sólida para evaluar las piezas y el patrocinio de dueños de talleres o intermediarios son características que le restan credibilidad.

Los artesanos están más expuestos a enfrentarse a los retos que impone el mercado debido a que no cuentan con herramientas que impulsen las ventas de sus productos, se exponen a los tratos desventajosos que les proponen los intermediarios y su labor creativa es aprovechada por grandes empresas sin darles crédito o retribuirles económicamente.

Por todo esto el modelo de Comercio Justo resulta una alternativa viable para atender a sus principales demandas: un pago equitativo por el trabajo que realizan, una relación más cercana entre productor y cliente, garantías de compra y puntualidad de los pagos, así como, el respeto a sus derechos sociales y laborales.

El sistema de Comercio Justo actual cuenta con diversas herramientas orientadas a promover la inserción de los pequeños productores a este modelo, con el objetivo de fortalecer su posición en el mercado y dotarlos de mecanismos para asegurar el desarrollo de sus comunidades con base en el trabajo que realizan.

2.4. Textiles artesanales en el marco del Comercio Justo

Es un hecho que los productos protagonistas del Comercio Justo se encuentran en el sector alimentario, es así que el café, el plátano, el cacao y el azúcar ocupan los primeros lugares en producción y venta de productos avalados con el sello Fairtrade (Fairtrade, 2018). Esto deja un pequeño margen al sector artesanal, que va creciendo paulatinamente.

Debido al aumento de la importancia de este sector en el Comercio Justo, resulta necesario hacer una revisión y analizar la viabilidad de las herramientas con las que cuentan los artesanos textiles, para incorporarse a este movimiento, así como la forma en que pueden ser empleadas para obtener beneficios que se materialicen en el desarrollo de sus comunidades y el bienestar de su población.

2.4.1. Comercio Justo de textiles

La industria textil es una de las más demandadas a nivel mundial, debido principalmente a la revolución en el sector de la moda, se prevé que el consumo de ropa para 2030 aumente en 63% (Cobbing y Vicaire, 2017). La adopción del modelo fast fashion impulsado por grandes empresas, como H&M e Inditex, ha creado un acelerado cambio en las tendencias de moda y ha puesto en el mercado una vasta oferta de prendas, lo que ha provocado consecuencias negativas e incluso peligrosas en sectores como la salud, el bienestar social y el medio ambiente²².

La alta demanda de algodón ocasiona que los productores empleen pesticidas y sustancias tóxicas²³ que, aunado a los procesos químicos y físicos en la elaboración de las prendas, la ausencia de protocolos para la eliminación de desechos y el

²² La industria de la moda ocupa el segundo lugar entre los sectores productivos más contaminantes derivado del uso de sustancias químicas peligrosas y los incorrectos métodos para desecharlos, el uso desmedido de agua dulce, empleo de microplásticos y la alta emisión de gases de efecto invernadero (Changing Markets, 2017; Cobbing y Vicaire, 2017).

²³ Según FEM Internacional, el algodón supone el 2,4% del área cultivable en el mundo, pero acumula el 25% de los insecticidas y el 10% de los pesticidas. Los riesgos aumentan con el avance del algodón transgénico Bt35, alterado genéticamente para producir una toxina insecticida. Los impactos sociales del algodón transgénico son similares a los de otros organismos genéticamente modificados (Greenpeace, 2010).

empleo cada vez mayor de fibras sintéticas²⁴, generan daños a la salud tanto de los consumidores como de los productores de los insumos y los trabajadores involucrados en el proceso de confección de las prendas.

La necesidad de satisfacer la alta demanda de ropa de las grandes cadenas de moda, ha promovido la deslocalización de la producción generando que, en países como Bangladesh, Indonesia, China e India, sean cada vez más comunes fenómenos como el empleo de mano de obra infantil, trabajo forzado, ausencia de salarios dignos²⁵ y feminización de pobreza²⁶. En respuesta a las problemáticas inherentes a la industria textil, la organización Fairtrade cuenta con dos sellos de garantía que pueden certificar los productos derivados de la industria textil.

La primera es la certificación Fairtrade para para pequeños productores y comerciantes de plantas para fibras (algodón sin desmontar), la cual tiene por objetivo garantizar a los trabajadores las condiciones laborales adecuadas para llevar a cabo su labor; así como brindar a los consumidores certidumbre sobre la calidad e inocuidad de las fibras con las que se elaboran las piezas que adquieren en el mercado (Fairtrade, 2019).

Los criterios son auditados por organizaciones afiliadas a Fairtrade periódicamente y esto otorga a las organizaciones el sello de garantía, reconociendo que su producto cumple con los principios del movimiento; así mismo. incorpora a las organizaciones productoras y comercializadoras a la Fairtrade, donde pueden aprovechar la capacitación, ayuda para posicionarse en el mercado y la red de apoyo del sistema de Comercio Justo Internacional.

²⁴ En 2017 el uso de poliéster representaba el 60% de todas las prendas en el mundo y se preveía que aumentara al doble para 2030. El predominio de poliéster, solo o mezclado con otros materiales, es uno de los mayores desafíos de la industria, por la cantidad de emisiones que emite, y por los residuos no biodegradables que deja a su paso (Cobbing y Vicaire, 2017).

²⁵ Es aquel que permite ganar suficiente dinero para que la persona trabajadora y su familia escapen de la pobreza, no solo de forma temporal sino permanente (OIT, 2014).

²⁶ En la industria textil, las mujeres tienden a percibir un ingreso entre 10% y 50% menor al de los hombres por realizar trabajos similares o de valor comparable. Además, las mujeres representan varias ventajas para las empresas: se considera que sus manos son más ágiles para la costura, corte y confección; cuentan con menos organización sindical y es más fácil contratarlas por un breve espacio de tiempo y un salario muy bajo, pues se asume que el ingreso familiar principal es el del varón (Ascoly y Finney; 2005).

La segunda es la certificación Fairtrade para Textiles, cuyo objetivo de garantizar mejores condiciones de trabajo a las personas involucradas en las diferentes etapas de la producción: desde el algodón sin desmontar hasta la ropa terminada (Fairtrade International, 2016). A diferencia de la certificación sobre la producción del algodón, los criterios de evaluación ponen énfasis en las condiciones laborales de quienes manufacturan las prendas: asegura la libertad de asociación y la libertad sindical; capacitación a los trabajadores sobre sus derechos, comunicaciones internas y gestión de quejas; regula el horario de trabajo; los contratos y el trabajo temporal.

Esta certificación también se aplica a los propietarios de marcas que compran textiles terminados. El propietario de la marca debe tener un contrato con la organización nacional de Comercio Justo pertinente o Fairtrade International (Fairtrade International, 2016). Dependiendo el lugar que ocupen en la cadena de suministro se realizarán auditorías²⁷ físicas o se realizarán monitoreos periódicos.

El objetivo de esta certificación es establecer un primer paso hacia la implementación de un programa integral de textiles Fairtrade, busca establecer una red de apoyo a los trabajadores de las fabricas maquiladoras de textiles, similar a las ayudas que brinda el sistema de Comercio Justo a los agricultores, por lo que una vez certificadas las fábricas de textiles, recibirán apoyo para cumplir con los requisitos de la norma (Coordinadora Estatal del Comercio Justo, 2016).

Como es posible observar, los sellos de garantía de Comercio Justo para plantas para fibras y para textiles certifican mercancías que cumplen criterios específicos de producción, los cuales, difícilmente pueden aplicarse los textiles artesanales, por la naturaleza y el proceso de producción de estas piezas.

Esto no significa que los textiles artesanales no puedan integrarse al sistema de Comercio Justo, pues este movimiento busca ser inclusivo y crear oportunidades para todos los pequeños productores, sino que se deben buscar opciones

²⁷ Quienes realizan las auditorías son expertos de los ámbitos de evaluación y trabajan de forma conjunta con los trabajadores de la fábrica y la gerencia que se audita para encontrar soluciones para mejorar la situación de los trabajadores (Coordinadora Estatal del Comercio Justo, 2016).

alternativas, como lo es la certificación de organizaciones de Comercio Justo que coordina la WFTO.

2.4.2. Comercio justo de artesanías

Las artesanías son una forma de preservación de la cultura de las sociedades, del reflejo de su idiosincrasia y de su cosmovisión, pero también representan una fuente de ingreso económico, especialmente para poblaciones vulnerables (mujeres y población indígenas).

Sin embargo, hablar de comercio internacional de artesanías se torna complicado debido a su diversidad y su fragmentación como mercado productivo, lo que también genera ambigüedad al intentar clasificarlas. Esto deviene en una carencia de datos exactos para contabilizarlas como mercancías, debido a que en la mayoría de las ocasiones son catalogadas como productos manufacturados o entran en el rubro de “otros”.

Estas imprecisiones, también se ven reflejadas cuando se habla de Comercio Justo; actualmente, ninguna organización internacional perteneciente a este sistema ha establecido criterios específicos para certificar o reconocer los productos artesanales, pero si han adoptado un marco general que permite a los artesanos y sus asociaciones formar parte de este sistema y disfrutar de los beneficios que ofrece.

En este sentido el Coordinador General de la Coordinadora de Pequeños Productores de Comercio Justo afirma que:

[...] lo que sucede con las artesanías es que son complicadas porque implican muchos criterios que se tendrían que certificar, en el caso de los productos que actualmente manejamos, los criterios están dados, pero de artesanías aún no hemos diversificado el Comercio Justo para llegar a eso.

Y a nivel internacional pasa lo mismo, Fairtrade no tiene criterios específicos para ellos. Quien contempla algunas regulaciones para los artesanos es la WFTO, que

contempla criterios diferentes para sus valuaciones (Martínez, L., entrevista personal, 2020).

En efecto, la certificación de organizaciones por la WFTO es el mecanismo por el que los artesanos pueden formalizar su inserción al sistema de Comercio Justo y, de esta forma ser reconocidos en el mercado mundial como productores en el marco de este movimiento. Este Sistema de Garantía fue desarrollado por un grupo de expertos en el campo de monitoreo y verificación del Comercio Justo y fue aprobado e implementado por los miembros de WFTO desde mayo de 2013. Los principales aspectos en su desarrollo son la credibilidad, la sostenibilidad y la solidez del sistema (WFTO, 2020).

En este caso se reconoce que los mecanismos de funcionamiento de la organización están alineados a los principios de Comercio Justo y como tal, garantizan los derechos laborales y sociales de sus trabajadores; el respeto por el medio ambiente a lo largo de su cadena de valor y que su relación con el resto de los actores en la misma estará basada en la cooperación, no discriminación ni trabajo forzoso, equidad de género y libertad de asociación.

2.4.3. Comercio Justo de textiles artesanales

La gran mayoría de artesanos textiles habitan en comunidades indígenas vulnerables con escasos recursos económicos, difícil acceso a servicios básicos como salud, educación y trabajo con salario digno. En muchas ocasiones, estas prendas son la principal fuente de recursos para su subsistencia, por lo que insertarse en el sistema de Comercio Justo, les ofrece una oportunidad de beneficiarse de las garantías que este otorga.

Sin embargo, al igual que sucede con las artesanías, ninguna organización a nivel nacional, regional o mundial que forme parte del Comercio Justo ha adoptado hasta ahora una certificación específica para textiles artesanales, complicando la inserción al movimiento de quienes los elaboran.

Debido a que todas las certificaciones de Comercio Justo tienen por objetivo ofrecer garantías a los pequeños productores y, además, contribuir en todos los eslabones de la cadena de suministro, los rubros de certificación que pueden aplicarse a los textiles artesanales son los siguientes:

- a) Fairtrade de plantas para fibras (algodón si desmontar) en la categoría de pequeños productores, trabajadores contratados o producción por contrato, siempre que la materia prima empleada para su elaboración sea algodón suministrado por alguna cooperativa o grupo de campesinos certificados con este sello y, por lo tanto, cumplan con los requisitos establecidos por la Fairtrade.
- b) Fairtrade para comerciantes, siempre que el vendedor de textiles artesanales, que realiza la transacción con el consumidor final, pueda comprobar que el proceso de elaboración ocurrió respetando los principios de Comercio Justo: garantizando los derechos laborales de los artesanos, la protección al medio ambiente y que, como parte de las condiciones de intercambio se respetaron los contratos, el precio y la prima de Comercio Justo, que existe trazabilidad de toda la cadena productiva, que se compartieron los riesgos a lo largo de la misma y que se creó la capacidad de comercio con integridad.
- c) Estándar de textiles Fairtrade, siempre que se garantice que el proceso de elaboración ocurrió con base en los principios de Comercio Justo y los criterios establecidos por la Fairtrade: compromiso con el movimiento, desarrollo social, condiciones laborales adecuadas, responsabilidad ambiental y trazabilidad de su proceso comercial.
- d) Estándar de Comercio Justo de WFTO, que certifica a las organizaciones encargadas de la elaboración del producto, las cuales deben de cumplir con los principios del movimiento: creación de oportunidades para los productores económicamente marginados, transparencia y rendición de

cuentas, prácticas de comercio justo, pago justo, no trabajo infantil y no trabajo forzoso, compromiso con la no discriminación, la equidad de género, el empoderamiento económico de las mujeres y la libertad de asociación, buenas condiciones de trabajo, desarrollo de capacidades, promoción del Comercio Justo, respeto por el medio ambiente.

Si bien es posible identificar diversos mecanismos para que los artesanos textiles puedan incorporarse al sistema de Comercio Justo, al igual que ocurre con el sector artesanal, el sello de garantía impulsado por la WFTO permite a los pequeños productores tener un mayor campo de acción respecto a los productos que elaboran debido a que la certificación está encaminada a verificar que la organización se apegue a los principios del movimiento a lo largo de su cadena de suministro.

Esta certificación permite a los artesanos textiles insertarse en el movimiento de Comercio Justo, ser identificados como parte del mismo y recibir beneficios como precios justos por sus productos, prima de Comercio Justo, capacitación y la identificación de su marca o imagen con el movimiento.

En América Latina muchas organizaciones han aprovechado esta oportunidad para insertarse en el sistema de Comercio Justo, darse a conocer e impulsar proyectos para el desarrollo de sus comunidades a partir del comercio de los productos que elaboran. De este modo, debido a la importancia económica que tiene la actividad artesanal textil en nuestro país, este resulta en camino viable para las organizaciones de textiles artesanales mexicanas para consolidar oportunidades de desarrollo a partir de las actividades productivas que ya desarrollan.

Abordar el tema de textiles artesanales es hacer referencia al pasado, a nuestras raíces, a lo que somos y nos identifica como mexicanos; es hablar de la diversidad natural, cultural e incluso socio-económica. Referirse a la producción de textiles artesanales no se limita a las técnicas de tejido o bordado, sino que involucra las relaciones productivas que se gestan en el marco de una comunidad, pequeños clústeres perfectamente articulados que dan como resultado la suma de los

esfuerzos, de las habilidades, de los conocimientos y de la cosmovisión de un conjunto de personas que tienen un pasado en común.

La revalorización de lo tradicional, dentro y fuera de nuestras fronteras, se ha visto reflejada en el volumen de producción de todas las artesanías mexicanas, pero la importancia de los textiles artesanales destaca por su contribución al sector económico. Resulta cuestionable entonces que las comunidades en donde se elaboran estas artesanías sigan en el anonimato, pues es preocupante que entre mayor es la importancia económica que tienen los textiles artesanales para la economía mexicana, sean mayores las cifras de pobreza y pobreza extrema de los artesanos que las elaboran.

En este sentido, el Comercio Justo como movimiento social de concientización sobre el impacto que tiene el intercambio económico en la generación de oportunidades para los pequeños productores, representa una opción viable para los artesanos textiles, quienes pueden integrarse formalmente a este sistema por medio de su certificación y adhesión a la WFTO.

Aunque, han surgido proyectos que, sin formalizar su integración al Comercio Justo, defienden el establecimiento de mejores condiciones de vida para los artesanos y las artesanas; llevan a cabo actividades y funciones que están alineadas a los principios y valores que defiende este movimiento; generan consciencia social; y defienden un sistema con mayores y mejores oportunidades para los productores y trabajadores marginados.

Capítulo 3

Acercamiento con organizaciones de artesanas textiles

“El Comercio Justo nos dignifica y nos alienta para seguir creando y pasando el oficio a las siguientes generaciones”

Lizbeth González (Fundadora de Uanhasi)

Por años, las organizaciones de artesanos textiles en México centraron sus actividades en la producción, para lo cual, se conformaron grupos familiares o pequeños talleres para la elaboración de las piezas, las cuales eran entregadas a un intermediario que se encargaba de comercializarlas. Actualmente estos artesanos se han involucrado en los procesos de venta, lo que los ha hecho más conscientes de su importancia como productores y la necesidad del reconocimiento de su papel como creadores.

Es así que han buscado medios para hacerse cargo también de la comercialización de sus productos, por medio del establecimiento de vínculos directos con los clientes, así como de la sensibilización, a través de la adopción de mecanismos para mantener a los compradores informados, y sepan quién hizo la pieza que están adquiriendo; cuáles fueron los materiales que se emplearon para su confección; cuánto tiempo tomó producirla; y el significado de la iconografía plasmada. Todos estos aspectos hacen referencia al modelo de Comercio Justo para artesanías, principalmente empleado en países de América del Sur y Asia, pero todavía poco difundido en México.

Esta investigación tiene el objetivo de mostrar que existen iniciativas de artesanos y artesanas que, pese a no estar integrados de manera formal al sistema de Comercio Justo Internacional, siguen sus principios y valores, mejorando las condiciones de trabajo de los productores, difundiendo los procesos y valor cultural

e ideológico de sus piezas e impulsando la comercialización de textiles artesanales a precios equivalentes al esfuerzo físico y creativo invertido en su elaboración.

Para lo cual, se recabó y analizó la información de tres organizaciones de artesanas textiles localizadas en los estados de Oaxaca y Michoacán, entidades con una importante presencia de población indígena, 1,734,658 miembros de algún grupo indígena en Oaxaca y 237,655 en Michoacán (CDI, 2015), quienes también son los principales productores de textiles artesanales en el país.

Los criterios de selección para las organizaciones que se estudiaron fueron los siguientes:

1. Ser productores(as) y/o comercializadores(as) de textiles artesanales.
2. Empleo de materiales naturales en la elaboración de sus productos: fibras (algodón o lana), tintes naturales (añil, grana cochinilla, etc.) y otros (plumas, caracoles, etc.).
3. Empleo de técnicas artesanales en la elaboración de sus productos (telar de cintura, telar colonial, deshilado, bordado, arte plumario, etc.).
4. Pertenecer a un grupo indígena.

Debido a que esta investigación se realizó durante el periodo de confinamiento derivado de la pandemia de SARS-COV-2 (COVID-2019), se adicionó el requisito de tener acceso a una línea telefónica y/o de internet, a fin de respetar las medidas tomadas por las autoridades mexicanas para evitar la propagación del virus; es así que el contacto con las organizaciones y las entrevistas se realizaron de manera remota.

Una vez identificadas las organizaciones, el acercamiento con cada una se realizó a través de mensajes directos a sus cuentas oficiales de redes sociales y de forma individual vía telefónica. Posteriormente se concretó la fecha y hora para la realización de las entrevistas a través de una llamada por teléfono, a fin de evitar cualquier interferencia derivada del difícil acceso a internet en las comunidades de la Sierra de Oaxaca y Michoacán.

Se realizó una entrevista no estructurada con representantes de cada grupo o colectivo de artesanas, donde se abordaron los siguientes tópicos:

- Organización: integrantes del grupo, jerarquía y mecanismos de toma de decisiones.
- Materias primas: abastecimiento, colaboración con otros grupos (agricultores, hiladores, teñidores) y acciones a favor del medio ambiente para la preservación de los insumos.
- Producción: técnicas, tiempos y costos.
- Comercialización: trato con intermediarios, puntos de venta, servicio al cliente y servicio posventa.
- Mercadeo: redes sociales y colaboración con otros proyectos.
- Sensibilización de los consumidores: información y difusión de los procesos de elaboración, las artesanas y significados de la iconografía, mitos y colores.
- Gestión del conocimiento: transmisión del conocimiento y capacitaciones.
- Apoyos externos: experiencia con programas gubernamentales federales y estatales (FONART, INPI, ARIPO), experiencia de trabajo con ONG.
- Comercio Justo: conocimiento y aplicación de principios y valores del modelo.

Cabe señalar que las fechas concretadas con todas las artesanas se modificaron y recalendarizaron debido a razones diversas, entre las que destacan la disponibilidad de tiempos de las artesanas, las condiciones climáticas en su localidad (una fuerte lluvia en la sierra de Oaxaca que impidió la comunicación vía telefónica por falta de señal) y la señal intermitente de internet que impidió la recepción de mensajes de forma instantánea.

Para el análisis de cada organización se ha empleado un método descriptivo-comparativo con el objetivo de analizar de forma más detallada las actividades de organización, las circunstancias del entorno en el que las artesanas se desarrollan, sus objetivos y los retos por delante, así como contrastar si sus valores y principios coinciden con los del Comercio Justo.

3.1. Ita Savi

Ita Savi es un colectivo de mujeres artesanas originarias de Pinotepa de Don Luis, Oaxaca, cuyo objetivo es preservar la tradición textil, su lengua y su cultura por medio de la producción de piezas textiles elaboradas en telar de cintura y bordados, a partir de hilos teñidos con elementos naturales, el más representativo es el caracol púrpura, tinte que solo se produce en esta comunidad.

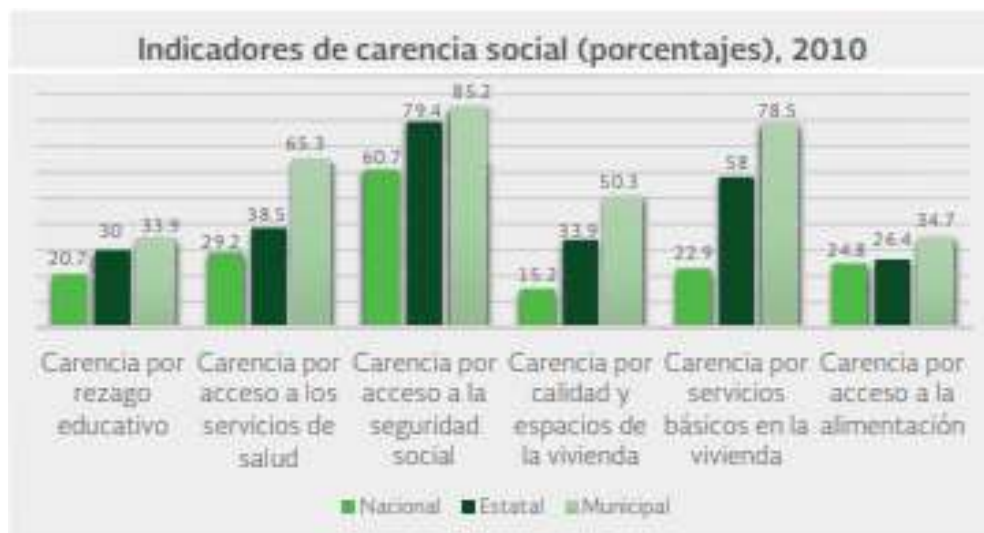
Pinotepa de Don Luis se encuentra en la región de la costa de Oaxaca, posee una población de 6,893 habitantes, donde el 96.8% son de origen indígena y el 81.8% de ellos hablan una lengua originaria, la más común de esta comunidad es la mixteca (CDI, 2015). El 31% de la población indígena tiene entre 0 y 14 años; el 59% entre 15 y 64 años; y el 10% tiene 65 años o más (CDI, 2015), por lo que la mayoría se encuentran en una edad productiva.

El 56% de la producción económica de este municipio depende de la agricultura (maíz, mango, ajonjolí, chile verde, café, frijol y jamaica) y la ganadería; el 23% corresponde a la manufactura, cuya principal actividad es la artesanal (textiles, labrados en jícara y madera).

La dependencia del campo y la dificultad para obtener una remuneración justa por su labor artesanal son las principales causas de los bajos ingresos en Pinotepa de Don Luis. El INPI identifica este municipio con un alto índice de marginación debido a las carencias sociales, laborales, de salud y educación (ver figura 9).

En este contexto surge Ita Savi como un proyecto de artesanas que busca mecanismos alternativos al comercio de los textiles artesanales que sus miembros elaboran. El acercamiento con esta organización se realizó por medio de una entrevista con la fundadora del colectivo, Ana Karen López, y con la señora Flora Avendaño, artesana y miembro del grupo.

Figura 9. Indicadores de carencia social en Pinotepa de Don Luis, Oaxaca.



Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL]. (2010). *Informe Anual sobre la Situación de Pobreza y rezago*. México.

Durante la entrevista realizada, ambas hablaron sobre el origen, organización, cadena de valor, forma de trabajo y su experiencia como parte del grupo; asimismo, compartieron su opinión sobre las condiciones de trabajo de los miembros del colectivo, los precios de venta y perspectivas sobre el modelo de comercio de Ita Savi.

3.1.1. Ita Savi: Flor de lluvia, colectivo familiar mixteco

Ita Savi fue creado en agosto de 2019 por Ana Karen López Avendaño como una opción alternativa para la comercialización de los textiles artesanales elaborados por su abuela, “mamá Julia”. Es un colectivo de 12 mujeres de la misma comunidad (familiares, amigas y vecinas) que buscan crear oportunidades para el desarrollo económico de sus familias por medio de la venta de los textiles artesanales que producen.

Ana Karen y su abuela solían vender sus piezas textiles de forma directa en el mercado municipal de Pinotepa Nacional, que es un punto central de comercio para

las comunidades que están a las orillas y se encuentra a una hora de distancia de Pinotepa de Don Luis, lugar donde ellas habitan:

Los sábados y los domingos eran los días en que mi abuela y yo subíamos, yo siempre la acompañaba; siempre iba con ella porque ella no puede hablar el español, únicamente habla nuestra lengua mixteca²⁸.

En el mercado de Pinotepa era donde transitaban muchas personas, así que sacábamos nuestros morralitos donde llevábamos los enredos, las blusas, las servilletas y todo, y sacábamos un pedazo como de nylon, lo tendíamos en el suelo y lo íbamos ordenando (A. López, comunicación personal, 24 de septiembre de 2020).

En su búsqueda por comercializar las piezas textiles sin tener que recorrer largas distancias, se creó Ita Savi, como una plataforma para vender sus artesanías de forma directa a los compradores, sin recurrir a intermediarios, empleando principalmente las redes sociales como mecanismo para la promoción de sus mercancías.

La plataforma de ventas comenzó de forma experimental, publicando las piezas que tenían en inventario: servilletas, blusas, huipiles, enredos y rebozos; más tarde sumaron las piezas de otras artesanas de su propia familia, así como de amigas y vecinas. Poco a poco se incorporó información específica sobre los materiales que empleaban, las técnicas que utilizaban para el tejido, las medidas y las tallas de las prendas, mejorando la calidad de sus fotografías y la descripción de los artículos.

La evolución de la organización se ha dado de forma experimental, basada en los conocimientos empíricos de las artesanas sobre organización, producción y venta; con base en esto, quienes integran Ita Savi han establecido un nuevo modelo de funcionamiento de su negocio, que les ofrece mayor libertad en la toma de decisiones a lo largo de toda la cadena de valor.

²⁸ En Pinotepa de Don Luis 5,284 personas hablan alguna lengua originaria, esto representa el 81.8% de la población indígena en el municipio; de los cuales el 17.8% es monolingüe (CDI, 2015).

Antes de la conformación del grupo, las artesanas trabajaban de forma individual o como parte de otros colectivos dentro de su comunidad, por lo que el modelo de organización para la producción era similar: las piezas se elaboraban de forma individual en sus casas, invirtiendo su propio dinero para la compra de los insumos y las prendas se elaboraban con base en los gustos de las propias artesanas.

El papel de los colectivos de artesanas era especialmente relevante en la etapa de comercialización, la cual se llevaba a cabo mediante tres mecanismos principales:

- a) La venta directa de las piezas de las artesanas en los mercados y plazas, principalmente en Pinotepa Nacional.
- b) La participación de los colectivo (en caso de pertenecer a alguno) en eventos y ferias artesanales, incluidos concursos, organizados por entidades gubernamentales estatales como el Instituto Oaxaqueño de las Artesanías (ARIPO)²⁹ o nacionales, como el FONART y el INPI; estos eventos solían organizarse en localidades turísticas o ciudades más concurridas como la ciudad de Oaxaca.

Asimismo, existían ferias artesanales organizadas por fundaciones y organizaciones de la sociedad civil a las que acudían representantes del colectivo; estas ventas generalmente se llevaban a cabo en ciudades grandes dentro y fuera del país. (F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020):

- c) Convenios mediante los cuales representantes de ARIPO o de FONART acudían directamente a sus comunidades para la compra de sus piezas textiles. Para esto, el colectivo debía ingresar una solicitud de compra directa de textiles artesanales a ARIPO; una vez procesada, personal de esta institución acudía a su pueblo con un presupuesto fijo (2,000 o 3,000 pesos en cada ocasión) para adquirir piezas de las artesanas, mismas que ARIPO revendía después.

²⁹ ARIPO alberga artesanías de las diferentes comunidades y de las ocho regiones del estado. Al comprar en ARIPO, el consumidor adquiere productos de calidad y contribuyen a impulsar de manera directa el desarrollo y mejora a la vida de la comunidad artesanal (ARIPO, 2020).

Sin importar que ellas asistieran a un evento o que los compradores de las instituciones de gobierno acudieran directamente a sus localidades, el proceso era la misma: el cliente se acercaba, observaba la pieza y preguntaba el precio; acto seguido, regateaban a la artesana. A lo que ellas, ya acostumbradas, disminuían el precio, con el objetivo de poder cerrar la compra y recuperar, al menos, el costo de la materia prima que habían invertido.

Un elemento clave para combatir la extendida práctica de regateo en la venta de los textiles artesanales de Ita Savi es la sensibilización de los compradores para lograr la valoración del tiempo y esfuerzo invertidos en la elaboración de cada pieza. Para esto es indispensable compartir con los clientes los procesos de producción, la tradición del hilado y los detalles del teñido de los hilos; así como las dificultades para diseñar y plasmar en el tejido la iconografía, misma que posee un significado especial para cada comunidad y que es parte del patrimonio intangible de nuestros pueblos originarios.

Ita Savi comprendió la necesidad de ir más allá de ser una plataforma de venta de textiles artesanales, por lo que buscó los mecanismos para convertirse también en una herramienta de información para los compradores sobre los procesos, las técnicas, los materiales, las productoras y la realidad que viven.

Así, lo que había surgido como una alternativa a las ventas en el mercado o las plazas, se convirtió en un proyecto más grande, que ha ido adoptando una identidad propia, pero que conserva su objetivo inicial:

Nuestro objetivo es ayudar más a las artesanas a salir adelante, porque muchas veces hay muchos compradores. Compran y revenden, y nosotras lo que queremos es que la propia artesana venda su prenda para que le dé el valor que se merece, porque es un proceso largo y con el tiempo, se va perdiendo y nosotras no queremos que se pierda eso (F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020).

Un reflejo de su identidad como colectivo son los signos distintivos que han adoptado para identificar a su grupo (no registrados aún ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, IMPI) y que rinden homenaje a integrantes distinguidos de su comunidad, sin los cuales la tradición textil no existiría para ellas: Don

Habacuc Avendaño, líder de los tintoreros de Pinotepa de Don Luis; Socorro Paulina (“mamá Julia”, abuela de la fundadora y principal maestra del arte textil para su familia) y Teresa Avendaño (fundadora del colectivo de artesanas “Tixinda”) (ver figura 10).

Figura 10. Signos distintivos de Ita Savi

<p>Nombre de la organización</p>	<p>Ita Savi</p>	<p>Vocablo mixteca que significa “Flor de lluvia” y es símbolo de que durante y después de la tormenta las artesanas florecen y no se rinden pese a las adversidades.</p>
<p>Logo</p>		<p>El caracol representa el trabajo de los tintoreros mixtecos; el malacate es reflejo del hilado del algodón coyuchi y el hilo que entrelaza ambos, es el lazo entre las artesanas: tías, hijas, sobrinas, nietas, primas, mamás, que trabajan día con día haciendo piezas maravillosas.</p>

Fuente: elaboración propia con base en Ita Savi. (2020, 14 de agosto). *Home* [Página de Facebook]. Facebook. Consultado el 6 de septiembre de 2020. <https://www.facebook.com/Ita-Savi-Hilamos-Te%C3%B1imos-Tradici%C3%B3n-103887271406132>

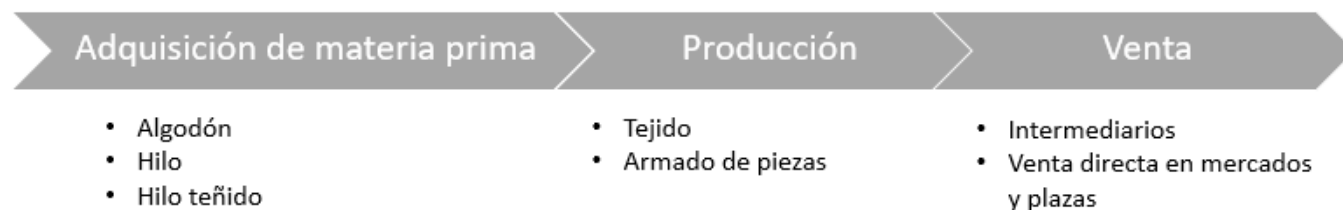
Ita Savi ha complementado su labor de venta con actividades que promueven la sensibilización y valoración de la actividad textil artesanal, no sólo a través de la forma de trabajar de las productoras, sino a partir de una completa transformación en el modelo de negocio que les ha permitido trabajar de una forma diferente, generando resultados positivos tanto para las integrantes del colectivo como para otros miembros de su comunidad.

3.1.2. Cadena de valor de Ita Savi

La conformación de Ita Savi como colectivo de artesanas no solamente representó un cambio en los mecanismos de venta de las piezas que ellas elaboran, sino también la transformación de su modelo de negocio y por lo tanto de su cadena de valor.

Anteriormente las artesanas trabajaban con base en la cadena de valor tradicional de los textiles artesanales mexicanos, su proceso comenzaba con la adquisición de materias primas para el tejido, su proceso de producción se centraba en el tejido y el armado de las prendas por medio del bordado, para finalmente vender la pieza a un cliente intermedio, quien regularmente asistía a su comunidad o a quien encontraban en las plazas y mercados (ver figura 11).

Figura 11. Cadena de valor tradicional de los textiles artesanales mexicanos



Fuente: elaboración propia con base en F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020.

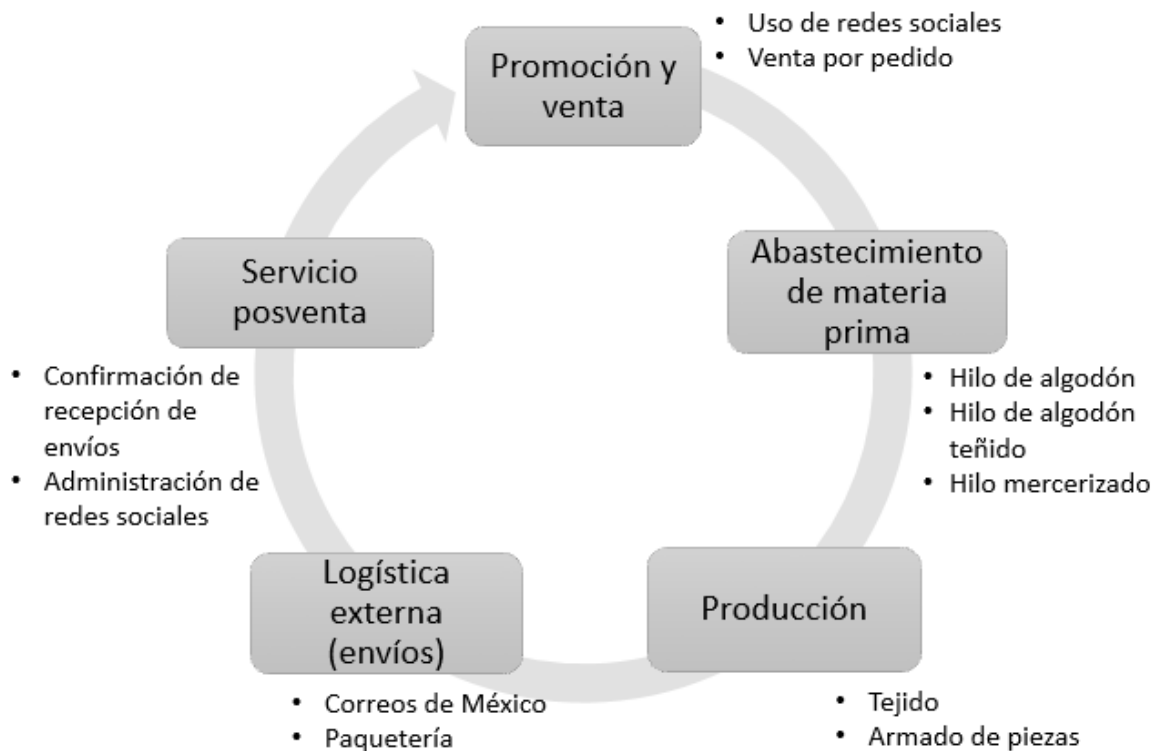
Se trataba de una cadena de valor lineal en donde las artesanas se hacían cargo solamente del proceso productivo, mientras que la logística de venta de las piezas finales dependía de los intermediarios; dentro de esta cadena, no existían procesos de promoción o de servicio posventa.

Además, en la gran mayoría de los casos, no existía una retroalimentación del cliente hacia las productoras, por lo que ellas continuaban fabricando y empujando al mercado el mismo producto que elaboraban de la misma forma. Si esa mercancía no resultaba del agrado de algún cliente, la respuesta era que el cliente no volvía,

por lo que las artesanas debían encontrar un nuevo comprador, mas no adaptar el producto a los requerimientos del mercado.

En contraste, la cadena de valor actual de Ita Savi tiene como punto de partida la recepción de pedidos a través de mensajes directos en sus plataformas digitales (Facebook e Instagram) o través del correo de contacto, para lo cual se toma nota de los requerimientos solicitados por los clientes como: medidas, colores, materiales, diseños y texturas. En este primer punto se resuelven las dudas que el cliente pueda tener respecto al pedido que va a hacer y se acuerda el pago de la pieza para comenzar el proceso de producción (ver figura 12).

Figura 12. Transformación de la cadena de valor de Ita Savi



Fuente: elaboración propia A. López, comunicación personal, 24 de septiembre de 2020

Una vez que el cliente ha realizado el pago, las mismas artesanas, con base en su disponibilidad de tiempo y sus habilidades, deciden quien tomará el pedido para proceder después con el abastecimiento de la materia prima necesaria para comenzar la producción (F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020). Un beneficio de trabajar por pedido es que la artesana cuenta con la información exacta para calcular la cantidad de hilo de requiere, disminuyendo desperdicios y reduciendo costos.

Como se mencionó en el capítulo dos, la cadena de suministro de los textiles artesanales se desarrolla en diferentes etapas e involucra a un gran número de actores dentro de las comunidades. Por la importancia económica de esta actividad para Pinotepa de Don Luis, los habitantes han formado un clúster comunitario, en el que los productores se han especializado para satisfacer la demanda de productos como fibras, hilos y tintes.

En un primer nivel, se encuentran los agricultores o productores de algodón (blanco y coyuchi); el segundo lo componen los hiladores, quienes procesan el algodón para convertirlo en hilo; son en su mayoría personas de la tercera edad que mantienen la tradición artesanal de hilado utilizando el malacate:

Hay personas mayores, ellos son los que hilan, ellos compran el algodón, lo limpian, después lo tienen que golpear para que esté suavcito y después empiezan a hilarlo; ya que forman su bolita de hilo, nosotras [...] vamos y les compramos el hilo y ya empezamos a trabajar (F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020).

La siguiente etapa es el tinte; en Pinotepa de Don Luis existe una amplia variedad de tintes naturales: el añil, la grana cochinilla y el caracol púrpura pansa. Este último, es una variedad de molusco única que desprende un líquido que al reaccionar con los rayos del sol tiñe de púrpura las fibras vegetales; este caracol solamente se encuentra en la zona protegida de Puerto Ángel, Huatulco³⁰.

³⁰ En la década de 1980 la compañía japonesa "Imperial Purple" llegó a las costas de Huatulco para explotar el caracol púrpura, lo que ocasionó que la población de este molusco disminuyera considerablemente. Cuando las comunidades mixtecas protestaron, el gobierno mexicano incluyó a este molusco entre las especies

Los tintoreros de Pinotepa de Don Luis, organizados en un colectivo, viajan 230 kilómetros hasta Huatulco, donde escalan las rocas a la orilla de la playa para encontrar el caracol y teñir las fibras. Ellos saben dónde encontrarlo y cómo cuidarlo, respetan los periodos de veda y colaboran en el cuidado y preservación de la especie para continuar su labor teñiendo los hilos para tejer (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, 2010).

Tras conseguir la materia prima, comienza el proceso de producción con el tejido que desarrollan las mujeres que conforman el colectivo Ita Savi. Esta etapa es la más larga y detallada, puede tomar desde un día hasta varios meses, dependerá de factores propios de la actividad como el nivel de detalle del tejido, la iconografía plasmada en la pieza y la experiencia de la tejedora.

Al respecto la señora Flora Avendaño (2020), tejedora integrante del colectivo Ita Savi, comenta que: “para tejer un huipil, si lo quieren no tan tupido se lleva un mes y medio, si lo quieren muy tupidito se lleva 3 meses si es muy largo. Pero si es un blusón pequeño, se lleva un mes.”

El tejido es un proceso que realizan las artesanas desde su casa, por lo que los tiempos de producción también variarán con base en las características personales de la tejedora: si está casada, si es madre o si colabora con las actividades del campo. Los tiempos de tejido también se ven impactados por factores sociales de la misma comunidad como celebraciones religiosas (Semana Santa, fiestas patronales y Navidad), tiempos de siembra o cosecha, e incluso factores climáticos, debido a que con la lluvia el hilo de algodón modifica su textura, volviéndose “pegajoso”, lo que impide realizar el tejido (Avendaño F., entrevista personal, 2020).

Una vez que las tejedoras han terminado de elaborar la tela, la siguiente etapa es unir las piezas para formar las prendas o productos finales, proceso a cargo de otra

protegidas por la NOM-059-SEMARNAT-2010, prohibió su explotación a gran escala (Diario Oficial de la Federación, 2014) y garantizó a las poblaciones mixtecas la exclusividad para su aprovechamiento (CDI, 2010). Actualmente los tintoreros de Pinotepa de Don Luis cuentan con permiso para su explotación y conservación.

de las integrantes del colectivo: la bordadora, quien de acuerdo a los colores y patrones del tejido junta las piezas para obtener la prenda final.

Terminada la pieza, esta se empaca y se envía. Debido a que la gran mayoría de los clientes que realizan pedidos de textiles a Ita Savi no viven en Oaxaca, los envíos se realizan a través de correos de México o algún otro servicio de paquetería, dependiendo lo que el cliente solicite.

Finalmente se lleva a cabo el servicio posventa donde se confirma la recepción del pedido o se resuelve cualquier problema que pudiera presentarse. En esta etapa se crean los materiales (fotografías, comentarios positivos y sugerencias de mejora) para la promoción en redes sociales del colectivo y de los productos que elaboran, lo que atraerá nuevos consumidores que generen pedidos y detonen un nuevo ciclo de la cadena de valor.

Como es posible observar, la creación de este colectivo y su plataforma de venta por medios digitales generó una transformación en su modelo de negocio, puesto que las artesanas que conforman Ita Savi ya no empujan el producto hacia mercado, sino que generan la demanda y el espacio en el mercado para colocar sus productos.

Asimismo, con la venta por pedido, ellas tienen mayor control de lo que se produce, cuándo y cómo, reduciendo los desperdicios de materia prima, administrando sus tiempos y escuchando de forma directa lo que el mercado solicita. Este último aspecto se ve favorecido debido a que su cadena de valor ya no es lineal sino circular, comienza con el cliente y termina con el cliente, lo que las vuelve sensibles a lo que los compradores requieren.

3.1.3. Resultados del modelo de funcionamiento de Ita Savi en el marco del Comercio Justo

Tras un año de funcionamiento, Ita Savi ha generado resultados positivos para las artesanas que conforman el grupo: ha garantizado la venta de sus piezas al trabajar

con pedidos directos de sus clientes; el pago por adelantado les ha permitido a las artesanas financiar la producción de las piezas, sin tener que cubrir esos gastos ellas mismas; han dejado de desplazarse a Pinotepa Nacional o a otros municipios para vender sus piezas y han adoptado un modelo de trabajo transparente y equitativo para todas sus integrantes.

Quienes forman parte del colectivo Ita Savi han adoptado un modelo alternativo de funcionamiento, que genera beneficios para ellas y para otros actores involucrados en la producción de textiles artesanales en Pinotepa de Don Luis; se trata de un modelo que coincide con los principios y valores del Comercio Justo. No obstante, al preguntar a las integrantes entrevistadas si conocían este sistema, su respuesta fue negativa, aunque ambas coincidieron en que el concepto debía estar relacionado con “las ventas y el regateo de las piezas” (F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020).

Como se revisó previamente, el Comercio Justo busca crear oportunidades para el desarrollo de los pequeños productores donde se promueva la transparencia y responsabilidad de sus miembros, prácticas comerciales justas, el desarrollo de capacidades y condiciones de trabajo adecuadas, sin discriminación ni trabajo forzado y donde se promueva la igualdad de género y el respeto por el medio ambiente.

Tras analizar el caso de Ita Savi es posible reconocer varios de estos valores y principios en su organización y mecanismo de funcionamiento. Se trata de un colectivo conformado por mujeres artesanas en uno de los tantos municipios con alta marginación en México, quienes de forma voluntaria se han unido para trabajar en la elaboración de textiles artesanales, con base en sus tiempos y su estilo de vida.

Promueven valores como la transparencia y la democracia dentro de la organización, al tiempo que garantizan la libertad de asociación, así como la equidad de género y el empoderamiento femenino, al brindar fuentes de trabajo a

las mujeres de la comunidad, quienes en muchas ocasiones son el sostén de su hogar.

Respecto a su funcionamiento, Ita Savi promueve prácticas comerciales justas a través de dos ejes: la comercialización de textiles artesanales y la promoción y difusión de la labor de quienes están involucrados en su producción. Como parte del primer eje, este colectivo garantiza un precio justo por medio de la creación de una ficha técnica para determinar el precio de cada una de sus piezas; en la “ficha técnica se calcula lo que se gasta en hilos, más las horas de trabajo para que no varíen tanto los precios entre las piezas y estos sean calculados de la forma más justa posible tanto para las productoras como para los clientes” (F. Avendaño, comunicación personal, 5 de septiembre de 2020).

Ahora son ellas las que fijan los precios de sus productos con base en el esfuerzo físico y creativo que les tomó elaborar cada prenda, y aumentan su valor mejorando la calidad. Tanto la fundadora de Ita Savi, como la artesana Flora coincidieron en que el colectivo les ha permitido ampliar su mercado, facilitar la venta y poner fin a la práctica de regateo.

En cuestiones de regateo si hemos tenido dos que tres personas que si me dicen “¿y si me llevo tres piezas a como me las dejas?... Es que las quiero por mayoreo, ¿cuánto le bajas?”. Y bueno, yo siento que de cierta manera nosotras también estamos acostumbradas a trabajar de esta manera porque siempre nos dicen ¿cuánto es lo menos?

[...] hasta ahorita que hemos empezado con esta cuenta, hemos tratado de no hacerlo, y no lo hemos hecho, tratamos que respeten nuestros precios y esos precios manejar (A. López, comunicación personal, 24 de septiembre de 2020).

El segundo eje, es la promoción de la labor de las artesanas mixtecas en Pinotepa de Don Luis, la cual no se limita a la difusión de los procesos de producción que ellas ejecutan, sino que informan y concientizan a los consumidores sobre las condiciones de vida de las productoras y cómo su compra promueve mejores

condiciones de vida para estas comunidades, así como la preservación de tradiciones textiles como el hilado, el tejido, el bordado y las tinturas naturales.

En este sentido, los mecanismos de difusión de Ita Savi también han beneficiado a otros productores como el grupo de tintoreros quienes, con su labor, desempeñan una actividad vital de cuidado del medio ambiente y preservación de la diversidad de la fauna de nuestro país, por medio del cuidado al caracol purpura pansa.

Un aspecto más del funcionamiento de Ita Savi que se alinea al modelo de Comercio Justo es el desarrollo de capacidades entre las productoras. Por medio del aumento de las ventas, se promueve e impulsa la trasmisión de conocimientos tradicionales sobre las técnicas textiles artesanales, el significado, el valor iconográfico y los usos y cuidados de la materia prima.

Adicionalmente, los resultados positivos generados por la organización, han impulsado a las artesanas a experimentar e innovar, tanto en la propuesta de nuevos diseños de tejido, como en combinaciones de diferentes materiales y colores e incluso, con nuevos tintes naturales:

De tintes naturales nos hemos ido reinventando, por ejemplo, han sido ideas de mi abuela: el hilo teñido con pulpa de jícara, con corteza de árbol de zopilote, con flor de cempasúchil (que en nuestra comunidad le decimos *itacuán*, así se menciona en nuestra lengua mixteca). Hemos probado también con hojas de guayaba, con flor de árbol de jícara también; con almendra roja y blanca; con la ruda; lo que es el pericón (que son como cortezas de árbol seco).

Tratamos una vez de hacerlo con zanahoria [...] y betabel; también con cascara de coco, la certeza de coco la ponemos a hervir para teñir. Incluso del mismo añil cuando teñimos, le sacamos el agua y ahí mismo, metemos otra madeja de hilo y lo tiñe como azul cielo (A. López, comunicación personal, 24 de septiembre de 2020).

Cabe mencionar que este estudio se desarrolló durante uno de los periodos de mayor incertidumbre a nivel mundial, pues debido a la pandemia de COVID-19 se decretó en México la Jornada Nacional de Sana Distancia, lo que ocasionó la suspensión de todas las actividades económicas no esenciales, entre ellas el turismo (indispensable para los artesanos textiles), generando consecuencias como

la pérdida de empleos, la desaceleración de la economía y la caída en el consumo de bienes no esenciales.

Ahora bien, el mecanismo de venta directo al cliente a través de plataformas electrónicas, significó para las artesanas que conforman Ita Savi el mantenimiento de su producción:

La verdad es que [Ita Savi] si nos ha ayudado, sobre todo con esto de la pandemia, que desde que inició, siento que con esto hemos salido a flote; sobre todo por las ventas, porque nos hacen algún pedido y lo vamos trabajando sobre la marcha. Ya es una compra segura o algo seguro que se va destinado para cada una (A. López, comunicación personal, 24 de septiembre de 2020).

Pese a desconocer el sistema de Comercio Justo, la creación y funcionamiento de Ita Savi es un ejemplo de que este modelo surge por la necesidad que tienen los productores de mejorar sus condiciones de trabajo y la remuneración que obtienen por el mismo. Estas artesanas han desarrollado una organización que hace comercio justo sin saberlo, pero cuyos resultados han beneficiado a las integrantes del colectivo, a sus familias y a su comunidad.

3.2. Uanhasi

Uanhasi es un proyecto que surge con el objetivo de crear un medio de difusión de la diversidad de textiles artesanales elaborados en la región de la Sierra o Meseta Purépecha en Michoacán, donde se emplean una gran variedad de materiales y técnicas para la producción de piezas como rebozos, huanengos, fajas, servilletas, camisas de hombre y cojines, entre otros productos.

Para comprender el impacto de este proyecto es indispensable conocer el contexto y el espacio geográfico en el que se desarrolla. La Región Purépecha, se encuentra en el estado de Michoacán de Ocampo, situado en la región centro-occidente de la república mexicana; abarca una superficie de 6,000 kilómetros cuadrados y se divide en cuatro bioáreas (Amezcuca y Sánchez, 2015, 40):

- Bioárea Lacustre: Erongarícuaro, Pátzcuaro, Quiroga, Salvador Escalante y Tzintzuntzan.
- Bioárea de la Ciénega de Zacapu: Coeneo y Zacapu.
- Bioárea de la Cañada de los Once Pueblos: Chilchota.
- Bioárea de la Meseta o Sierra: Charapan, Cherán, Jacona, Nahuatzen, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Peribán, Los Reyes, Tancítaro, Tangamandapio, Tangancícuaro, Tingambato, Tingüindín, Uruapan y Ziracuaretiro.

La elaboración artesanal es la principal actividad económica en las cuatro bioáreas, emplea principalmente a la población indígena y corresponde a la producción de objetos de madera; de hilados, tejidos y textiles; y de cestería de fibras vegetales de chuspata y mimbre (Amezcuca y Sánchez, 2015). Esta actividad se caracteriza por la carencia de recursos monetarios para mejorar la tecnología de la que disponen los productores, quienes se organizan en talleres comunitarios, familiares o privados.

Entre las actividades del sector primario en esta región, destacan la producción forestal y agropecuaria, mientras que el sector terciario se compone de actividades como la venta de servicios varios con una amplia movilidad y rotación, labores como el trabajo jornalero agrícola en plantaciones de aguacate, café o de recolección de resina, la atención y prestación de servicios al cliente en los locales comerciales y la explotación sustentable y tala legal de los bosques controlados (Amezcuca y Sánchez, 2015).

La situación económica y fenómenos sociales como la emigración hacia el centro o norte de la república mexicana y los Estados Unidos, aunado a la inseguridad y la delincuencia organizada han golpeado sensiblemente a la población purépecha en los últimos años. (Garibay y Bocco, 2007). El efecto de este fenómeno migratorio se traduce en la ausencia de un relevo generacional de artesanos y agricultores, lo que pone en peligro los conocimientos transmitidos de generación en generación, especialmente entre las poblaciones indígenas.

La Meseta Purépecha está conformada por 15 municipios, cuyo nivel de desarrollo es desigual: el INPI (2020) sitúa a 4 de ellos en un nivel de marginación alto (Charapan, Cherán, Nahuatzen y Tangamandapio); a 5, en un nivel medio (Paracho, Tancítaro, Tangancícuaro, Tingambato y Ziracuaretiro); a 5, en un nivel bajo (Jacona, Nuevo Parangaricutiro, Peribán, Los Reyes y Tingüindín) y solamente uno con nivel muy bajo (Uruapan).

En esta región habitan un total de 759,560 habitantes, de los cuales 116,529 personas son indígenas (CDI, 2015), lo que representa casi la mitad de la población originaria de la entidad (49.03%). De estas, 76,202 (65%) personas hablan purépecha y el 25% de ellos no habla español.

Esta dificultad para comunicarse fuera de sus comunidades es uno de los factores que ha propiciado que el comercio de las artesanías se concentre al interior de la misma localidad o través de intermediarios, quienes acuden a estas comunidades para comprar directamente a los productores y revender en municipios turísticos como Uruapan o Pátzcuaro.

En el caso de los textiles artesanales, que son elaborados principalmente por mujeres, esta situación es más común, puesto que, por sus labores domésticas, el cuidado de los hijos o la misma producción de los textiles, ellas no cuentan con la disponibilidad de tiempo o recursos económicos para desplazarse fuera de sus comunidades.

La falta de interacción entre las poblaciones que conforman la Meseta Purépecha ha generado que se desconozca la diversidad cultural y artesanal que existe dentro de la misma región; basta decir que, en la elaboración de textiles artesanales se emplean una amplia variedad de técnicas, entre las que destacan el telar de cintura, el telar de pedal, el bordado de punto de cruz, el arte plumario, el deshilado y el empuntado.

Es justamente como respuesta a esta problemática, que en 2018 surgió Uanhasi como un proyecto de intercambio comercial de textiles artesanales entre las comunidades. Para el acercamiento con esta organización se realizó una entrevista

con Lizbeth González, fundadora del proyecto y actual representante del mismo, quien detalló el surgimiento de Uanhasi; su desarrollo y evolución; su modelo de funcionamiento actual; su experiencia en la difusión de la cultura purépecha a través de los textiles artesanales; su interacción con los clientes; los precios de venta; los logros y alcances del proyecto.

3.2.1. Uanhasi: tejiendo cultura

Al interior de la Meseta Purépecha existe una larga tradición de elaboración de textiles artesanales, cada comunidad se ha especializado en la producción de ciertas prendas o el empleo de técnicas específicas, por lo que es posible encontrar comunidades reboceras; otras donde prevalece el bordado con punto de cruz fino; o algunas donde emplean el telar de cintura.

Esta riqueza cultural es poco conocida incluso al interior de la misma región debido a varias razones, una de ellas es que la gran mayoría de los textiles artesanales que se producen son para el autoconsumo (uso diario o uso ceremonial) y se comercializan al interior de la misma comunidad, generalmente como un medio para obtener recursos económicos que complementen los gastos diarios de las familias.

Otro motivo es la larga duración de las prendas artesanales, ya que estas piezas están hechas con tal calidad que pueden durar años, por lo que no es necesario reemplazarlas frecuentemente, ocasionando que disminuya su demanda y, por lo tanto, su producción. Así, las prendas que se elaboran en una comunidad no llegan a ser conocidas en otras localidades.

Una tercera razón por la que se desconoce la diversidad de textiles de la Meseta Purépecha, es que muchas de estas piezas no poseen los estándares de “pieza artesanal tradicional”, por lo que los intermediarios (incluyendo a organismos gubernamentales como FONART) que comercializan estas piezas en otras comunidades, no están interesados en adquirirlas.

Un ejemplo de esto son los huanengos, blusas típicas del estado de Michoacán de corte cuadrado y hasta la cadera; tienen un peto de entre 10 y 20 cm. y mangas cortas adornadas con figuras de animales y flores bordados en punto de cruz; sin embargo, en estas comunidades existen variantes de esta misma prenda que no responden al “huanengo tradicional”, ya sea porque el peto es más largo (hasta 50 cm.) o porque son elaboradas en telar de cintura; por estos motivos no encuentran un mercado más allá de los límites de su propia localidad.

Lizbeth González, artesana bordadora de la comunidad de Comachuén, identificó esta problemática cuando salió de su localidad y vivió en Paracho, importante centro comercial de la región. Ahí conoció a una experta rebocera de la comunidad de Ahuiran, quien le platicó sobre la tradición textil de este lugar, donde emplean técnicas como el telar de cintura, el arte plumario y el empuntado.

En un primer momento ambas artesanas intercambiaron piezas textiles de sus comunidades para uso personal; más tarde, intentaron el intercambio de piezas para su comercialización. Comenta la fundadora de Uanhasi que “un tiempo fue solamente entre ella y yo. Ella avisaba que yo hacia huanengos y yo traía sus piezas para acá, para mi pueblo; fue creciendo cada vez más, cada vez fuimos conociendo más mujeres y se fueron incluyendo más artesanas” (González L., entrevista personal, 2020).

El proyecto que inició en 2018, cuyo objetivo era difundir la diversidad cultural de esta región a partir de la variedad de técnicas, materiales y acabados de textiles artesanales elaborados principalmente por mujeres de origen indígena, continuó de este modo, buscando mecanismos para que las prendas pudieran ser comercializadas más allá de sus comunidades, ampliando su mercado y ofreciendo productos novedosos en otras localidades.

Al principio, las piezas que Lizbeth adquiría en las diferentes comunidades, eran exhibidas en un pequeño espacio en la tienda de abarrotes de su mamá, en Comachuén, donde la gente que acudía podía adquirirlas. Más tarde, la estrategia

de venta incluyó sus redes sociales personales, fue así como atrajo la atención de más personas (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020).

Por más de un año, el proyecto continuó gracias a los buenos resultados obtenidos, lo que permitió sumar a más mujeres, y gracias a las recomendaciones de las mismas artesanas Lizbeth contactaba a nuevas productoras interesadas en comercializar sus prendas en Comachuén. Poco a poco, también se sumaron artesanas de otras comunidades como Turícuaro, Cocucho, San Felipe, Angahuan, Ocumicho y Pichataro:

Algo que ha sido importante, o que yo considero, por las mismas historias que yo veo aquí en mi comunidad es que [...] [debido] al machismo y la manera tan difícil o precaria que es la vida, no todas hemos tenido la oportunidad de estudiar o tener otras visiones fuera de lo que es nuestra comunidad. Entonces [Uanhasĩ busca] abarcar a esas mujeres que no tienen esa posibilidad de ir a participar con FONART o con otras cosas. Mujeres que realmente si están viviendo al día y que [la producción de textiles artesanales] es realmente un gasto para ellas (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020)

En 2020 el proyecto había crecido a tal punto que Lizbeth consideró oportuno crear plataformas digitales específicas para el proyecto, es así que abrió las cuentas de Facebook e Instagram con el nombre de “Uanhasĩ”, palabra purépecha para referirse a la piña de los pinos, árbol característico de la Sierra y con la que se identifican las comunidades que abarca esta región; además, creó el resto de signos distintivos del proyecto (no registrados ante el IMPI) (ver figura 13):

A partir del empleo de los medios electrónicos se amplió el público objetivo de Uanhasĩ; su alcance ya no era solamente la población en las comunidades purépechas, sino que su mensaje permeaba incluso en otros países; al mismo tiempo su objetivo de difusión de la diversidad textil en la región se complementó con acciones de sensibilización de los clientes. Uanhasĩ se convirtió así en una plataforma mucho más grande para dar conocer la riqueza cultural de la Meseta Purépecha, lo que amplió las oportunidades de venta para las productoras textiles michoacanas.

Figura 13. Signos distintivos de Uanhasi

Nombre de la organización	Uanhasi	Vocablo purépecha para referirse a las piñas de los pinos.
Aviso comercial	Tejiendo cultura	El tejido y el bordado son una forma de resistencia cultural y de rescate de tradiciones ancestrales.
Logo		El logo representa la piña de los pinos, árbol característico de la Sierra o Meseta Purépecha, la más extensa de las cuatro regiones que componen esta cultura.

Fuente: elaboración propia con base en Uanhasi (2020, 28 de julio). *Home* [Página de Instagram]. Instagram. Consultado el 20 de septiembre de 2020. <https://www.instagram.com/uanhasi/?hl=es-la>

Este proyecto que surgió como una iniciativa regional de difusión cultural en la Meseta Purépecha, se transformó en una plataforma de ventas de textiles artesanales con mayor alcance, lo cual permitió la integración de más artesanas, quienes ven en Uanhasi una opción adicional a los sistemas de comercialización tradicionales.

Como consecuencia, Uanhasi tuvo que desarrollar una cadena de valor que permitiera cumplir con los requerimientos de un modelo de compra de artesanías que mantuviera el respeto por la creatividad y la forma de trabajo de las artesanas, con precios justos y garantías de compra; y a la vez, un sistema de comercialización de artesanías por medios electrónicos que facilitara a los clientes su compra y asegurara la entrega de sus mercancías en buen estado.

3.2.2. Cadena de valor de Uanhasi

El objetivo central de Uanhasi es la difusión de la diversidad textil artesanal en la Meseta Purépecha, para lo cual impulsa la comercialización de estas prendas; se trata de una organización que no participa en los procesos de producción de las piezas, por lo que su modelo de negocio es el de una comercializadora, su cadena de valor es lineal y consta de 5 etapas: adquisición de mercancías, logística interna, promoción, venta y logística externa y servicio posventa (ver figura 14).

Figura 14. Cadena de valor de Uanhasi



Fuente: elaboración propia

La primera etapa es la adquisición de las piezas textiles, entre las que destacan rebozos, huanengos, fajas, camisas y cojines, todos ellos son elaborados en pequeñas comunidades de la Meseta Purépecha, donde la producción se organiza por familias, que trabajan de forma individual desde su casa y a su propio ritmo, pues como ocurre en otras localidades, la actividad textil es complementaria a sus labores diarias.

El telar y el bordado son una actividad adicional, o sea, ellas tienen sus actividades principales, generalmente o casi la mayoría, son amas de casa, entonces primero es lo primero: tienen que atender al marido, al suegro, a los hijos; si tienen que ir al campo, si están en tiempo de cosecha, de siembra... pues eso es lo primero y después, es el telar o el bordado (González, L., entrevista personal, 2020).

Una práctica común en estas comunidades es la reunión de las artesanas para tejer o bordar; estos momentos además de convertirse en espacios de expresión a través del tejido o el bordado, promueven la creación de redes de apoyo y conocimiento en los que las mismas artesanas capacitan a las nuevas generaciones y perfeccionan su técnica textil.

Durante el proceso de producción de los textiles intervienen diferentes actores “aquí trabajan por especialización de área, quiere decir que hay algunas que solo se dedican a hacer el bordado y otras se dedican a hacer la unión” (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020). Estos clústeres artesanales no solo garantizan la mejor calidad de la prenda que se elabora, sino que optimizan los tiempos de producción.

El ritmo de producción lo determinan las artesanas, por lo que la cantidad de piezas que venden a Uanhasi también depende de ellas. Esta facilidad en la administración de los tiempos ha impulsado a más mujeres a unirse al proyecto, que actualmente involucra a aproximadamente 32 artesanas³¹, quienes deciden el precio de venta de las piezas que se comercializan a través de esta plataforma; este precio es respetado por la representante del proyecto, no se regatea ni existe venta “al mayoreo”.

Para la adquisición de las prendas, la representante de Uanhasi acude a las distintas comunidades y visita a cada artesana en su domicilio:

Ahorita la estrategia está siendo que cada 15 días o tres semanas visito unas tres comunidades para que ellas también se vayan preparando con una cantidad de piezas. Ya lo recojo y las tengo aquí, en mi casa. No tenemos un espacio físico para almacenarlas, a excepción del 20% que se puede exhibir en la tienda, sobre todo, los rebozos porque los huanengos los hacemos [en Comachuén], es el rebozo lo que sí está exhibido y lo demás se guarda (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020).

³¹ La cantidad exacta de artesanas no fue posible de contabilizar por la representante de Uanhasi debido a que ella tiene contacto con una o dos artesanas que le entregan de la producción generada por una familia completa, donde intervienen más personas debido a la especialización en la producción.

El tercer eslabón en la cadena son las actividades de promoción, que no solamente están orientadas a lograr la venta de las piezas, sino el conocimiento y reconocimiento de las artesanas y la labor cultural que realizan a través de la producción de textiles artesanales.

Atendiendo a su origen, la fortaleza de Uanhasi es la difusión y sensibilización de los clientes, por lo que las actividades de promoción a través de redes sociales han sido un punto clave para el éxito del proyecto y el mayor alcance de su mensaje. Su estrategia se basa en tres pilares: informar, difundir y sensibilizar.

- Informar y ofertar las piezas textiles en venta: se lleva a cabo por medio del posteo de fotografías de las prendas disponibles. En cada una se coloca un pie de foto con los datos generales del producto (materiales y medidas) e información sobre su origen (comunidad donde se elaboró y técnica empleada).

- Difusión de la cultura purépecha: se realiza a partir de tres ejes, el primero es la difusión de la lengua, incluyendo en cada pie de foto el nombre de la prenda en español, inglés y purépecha.

El segundo eje es la difusión de la variedad de las prendas que elaboran y portan quienes habitan en la Meseta Purépecha, esto se hace por medio del posteo de fotografías con una breve descripción de los colores, la iconografía y las texturas propias de cada pieza, así como su uso en las comunidades.

El tercer eje es la difusión de las costumbres y tradiciones, como las festividades, los mitos y las historias de las comunidades en las que Uanhasi tiene presencia.

- Sensibilización del cliente: a partir de dos ejes, el primero se lleva a cabo por medio del posteo de fotografías y videos donde se muestra a las artesanas durante el proceso de producción y se describen las técnicas que emplean. El segundo eje comprende tanto las fotografías y videos que se comparten en los perfiles de Uanhasi, relativas a la cotidianidad de los habitantes de estas comunidades, como las participaciones de la fundadora de la

organización, Lizbeth González, en foros sobre temas relativos a las artesanías y la preservación de la cultura por medio de los textiles.

La siguiente etapa es la venta y logística externa, la cual se puede efectuar mediante dos mecanismos: directamente en la comunidad de Comachuén o a través de las plataformas electrónicas de Uanhasi, donde los clientes se ponen en contacto con la representante de la organización para solicitar información, revisar precios y acordar los detalles de envío. Los pagos se realizan vía electrónica y una vez efectuados, se realiza el envío. Hasta ahora han hecho envíos a varios puntos de la República Mexicana y a países como Argentina, Perú, Reino Unido y Estados Unidos.

La última etapa de la cadena de valor es el servicio posventa, donde se da seguimiento y se confirma con los clientes la recepción de los productos; en esta etapa también se interactúa con el cliente a fin de recabar su opinión y sugerencias para mejorar el servicio, además del material para la promoción de Uanhasi, como fotografías o videos de los clientes con sus productos.

Si bien el funcionamiento de Uanhasi comparte muchas características con la cadena de valor tradicional de los textiles artesanales mexicanos, lo que la distingue es el impulso a la promoción de los textiles, no únicamente como mercancías, sino como reflejo de la cultura purépecha y de la diversidad de técnicas y conocimientos al interior de la región.

Las actividades emprendidas para lograr la sensibilización de los clientes respecto a los procesos, tiempos y formas de expresión de las artesanas, convierte a Uanhasi en una plataforma de información para que los consumidores conozcan la realidad que viven estas comunidades y cómo su compra contribuye a la creación de oportunidades de desarrollo para las pequeñas productoras, y al mismo tiempo esta organización consolida una red de colaboración entre las artesanas que la integran.

3.2.3. Resultados del modelo de funcionamiento de Uanhasi en el marco del Comercio Justo

Dentro del modelo de Comercio Justo las comercializadoras ocupan un lugar vital, pues además de brindar ciertas garantías a los pequeños productores como el respeto a sus derechos laborales, precios justos y desarrollo potencial, son los encargados de llevar a cabo los esfuerzos de sensibilización de los consumidores; promueven este modelo a través de su labor de difusión; e impulsan su funcionamiento.

Durante la entrevista realizada a la fundadora de Uanhasi, ella afirmó no conocer a detalle este modelo, pero si haber escuchado sobre él, por lo que lo relacionaba a la idea de conformar una organización que promoviera la unión y el apoyo de sus miembros. Desde su perspectiva, los esfuerzos realizados por quienes integran actualmente esta organización están encaminados a lograr este objetivo (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020).

Uanhasi además de brindar oportunidades de desarrollo a las pequeñas productoras de textiles artesanales en la Meseta Purépecha, ha tenido un importante impacto en los consumidores a través de sus actividades de promoción que informan, difunden y sensibilizan a los compradores y a todos aquellos que se interesan por la diversidad cultural de nuestro país.

Debido a la naturaleza de su modelo de negocio como comercializadora de textiles artesanales, su actividad debe ser analizada desde dos perspectivas: su relación con las artesanas (forma de trabajo, negociaciones, pagos, precios, garantías, respeto a su forma de organización y transparencia) y con los compradores (información, promoción, ventas y servicio posventa).

En su relación con las artesanas, una característica de esta organización es el respeto a la libertad de asociación, ya que quienes forman parte de este proyecto se adhirieron de forma voluntaria porque “Uanhasi es una ventana de oportunidad alternativa a opciones que las artesanas encuentran dentro de sus comunidades o que externos les pueden ofrecer” (L. González, comunicación personal, 8 de

septiembre de 2020). Su pertenencia a algún otro grupo o colectivo, no limita su participación en Uanhasi.

Por otra parte, este proyecto promueve prácticas comerciales justas en su relación con las productoras: ha eliminado la extendida práctica del regateo, respetando los precios que las mismas artesanas asignan a sus piezas, pues como la fundadora de Uanhasi afirma: “una realidad es que al ser artesanas nos convertimos automáticamente en comerciantes, aunque algunas lo hagan más por autoconsumo, casi siempre tienes que vender, esa es una realidad” (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020).

El respeto de los precios fijados por las artesanas se complementa con la transparencia en el funcionamiento de la organización, y especialmente, con los pagos; para lo cual se ha establecido un sistema que sigue dos esquemas, dependiendo de las necesidades de las mismas artesanas: el pago directo o inmediato y el pago por consignación; se han establecido acuerdos individuales con cada artesana, de modo que la forma de trabajo y pago del mismo sean benéficos para ambas partes.

No he forzado a ninguna artesana imponiéndoles un método de trabajo, ¡no! Incluso hay artesanas que me dicen “no me pagues hasta tal día”. Una vez me paso con una artesana, que su esposo le quitaba el dinero y entonces el pago posterior a la entrega, se le respetaba (L. González, comunicación personal, 8 de septiembre de 2020).

Uanhasi ha adoptado uno de los principales valores sobre los que se constituye el modelo de Comercio Justo: la erradicación del trabajo forzoso, puesto que cada artesana que integra esta organización posee la libertad de elegir cuánto, cómo y qué producir; ellas administran sus tiempos con base en el resto de sus tareas, a fin de no descuidar la atención a sus familias o sus actividades en el campo, de ahí que esta organización no trabaja bajo pedido, sino que la producción se realiza de forma individual, atendiendo a su realidad y su creatividad.

En este sentido, Uanhasi defiende y promueve la independencia de las mujeres y el empoderamiento femenino a través de la creación de oportunidades de desarrollo para las pequeñas productoras de textiles artesanales; de la promoción de la creatividad y el impulso a la innovación en las piezas que realizan; así como tomando en cuenta las ideas y sugerencias que las artesanas hacen respecto a la organización, la venta de las piezas y la promoción de las mismas.

Estas prácticas comerciales justas no se limitan a su relación con las productoras puesto que, como comercializadora, Uanhasi también garantiza que los precios y las condiciones de venta sean justas para los clientes; que realicen una compra informada, consciente y responsable; y facilita la relación entre las productoras y los consumidores finales.

Este último punto resulta de vital importancia, pues por medio de la promoción que lleva a cabo para informar, difundir y sensibilizar a los consumidores sobre la diversidad textil en la Meseta Purépecha y la realidad que viven las artesanas, Uanhasi se convierte en una organización que facilita la relación entre productoras y clientes, cumpliendo el objetivo de que personas, más allá esta región, conozcan la riqueza cultural de las comunidades purépechas, al tiempo que genera oportunidades de desarrollo económico en estas localidades.

Además de la labor de promoción que lleva a cabo Uanhasi, por medio de la cual informa y convence al cliente de adquirir alguna de las prendas, el seguimiento y servicio posventa mantiene cautivo al consumidor para continuar siendo parte del proyecto, generando empatía con las productoras, interés en la cultura purépecha y extendiendo su impacto a una audiencia más amplia.

Si bien, la fundadora y representante de Uanhasi afirmó no conocer a fondo el modelo de Comercio Justo, es posible identificar muchas características de éste en el proyecto: la defensa de valores como el respeto a las productoras, a sus condiciones de trabajo, a sus precios, su creatividad y su ritmo de producción; la creación de una red de apoyo en la que existe una constante comunicación entre las productoras, la facilitadora y los consumidores; así como el alcance de objetivos

de venta que sirven como incentivo para la preservación y difusión de la cultura, a fin de mantener la tradición textil en la Meseta Purépecha.

3.3. Llana Huaricnn

Llana Huaricnn, que en triqui significa “mujer con huipil”, es un colectivo de artesanas indígenas triquis integrado por 25 mujeres, cuya sede se encuentra en San Andrés Chicahuaxtla en el municipio de Putla Villa de Guerrero, Oaxaca. Esta agrupación surgió en 1967 con el objetivo de crear oportunidades de empleo para las mujeres de la región, especialmente para aquellas que eran viudas o madres solteras.

Para comprender a la organización resulta importante identificar el espacio geográfico y el modelo de organización social en el que se desarrolla. La población de origen triqui en el estado de Oaxaca se encuentra distribuida en cinco núcleos agrarios, asentados en dos regiones: la alta, que comprende las comunidades de San Andrés Chicahuaxtla, San Martín Itunyoso y Santo Domingo del Estado; y la baja, que contempla a San Juan Copala y San José Xochixtlán.

La comunidad de San Andrés Chicahuaxtla se caracteriza por la heterogeneidad de su población, donde coexisten mestizos e indígenas; de acuerdo con el INPI (2020) el 34% de su población pertenece a algún grupo indígena, el 15% son de origen triqui y el resto mixtecos. Estas poblaciones suelen asentarse en las regiones montañosas alejadas del centro, factor que determina su forma de organización social:

El patrón de asentamiento Nanj nĩ'ín [triqui] es sumamente disperso, con excepción de San Juan Copla, que dispone de un asentamiento compacto. En el territorio de las agencias municipales existen muchos “barrios” o “parajes” constituidos por un conjunto de casas más o menos dispersas, localizadas siempre en lugares de difícil acceso (elevaciones, zonas de vegetación abundante) que, además de responder a una necesidad económica y a una condicionante geográfica, al mismo tiempo su conformación estaba influenciada por las relaciones de poder (y violencia)

imperantes en la región triqui, en particular en la zona baja de Copala. [...] En la región de Chichahuaxtla también existen barrios, esto se ha provocado por la falta de atención de las autoridades y habitantes del centro de la población, que solo se preocupan de las necesidades que hay en el centro y dejan de lado la periferia. Por tal motivo se separan, convirtiéndose en barrios, resolviendo sus necesidades, administrándose y gobernándose sin ser dependientes del centro de la comunidad (Rosas, 2015, 12).

Además de la organización socioterritorial³² característica de las poblaciones triquis, las comunidades del núcleo agrario de Chichahuaxtla han adoptado como mecanismo de organización política el “sistema de cabildo municipal o sistema normativo interno” (Rosas, 2016, 14), un gobierno comunitario en el cual los cargos públicos son ocupados por los mismos integrantes de la comunidad, que son elegidos de forma rotativa y por periodos de tiempo claramente definidos.

El peso que ejercen estas autoridades en la vida diaria de los miembros de la comunidad, determina en gran medida las actividades cotidianas de la población, factor especialmente importante para las mujeres de esta región, debido a la preservación de valores y principios que privilegian al hombre y que, la mayoría de las veces, resultan en perjuicio de las mujeres.

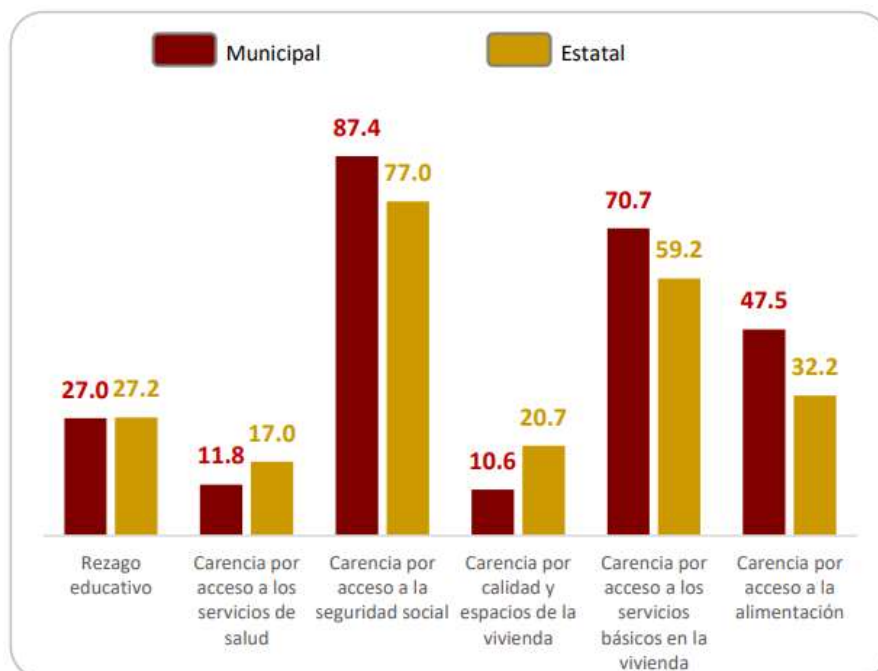
Respecto a su organización económica, la población se emplea mayoritariamente en el sector primario, como jornaleros de campo, agricultores y ganaderos; también destacan otras actividades del sector de los servicios, donde se emplean como albañiles o taxistas. La mayoría de estas actividades las desempeñan los hombres, mientras que las mujeres permanecen en su casa, a cargo de las actividades domésticas, el cuidado de los hijos y de su familia.

No obstante la fuerza laboral que posee este municipio (58% de su población se encuentra en un rango de edad de entre 15 y 64 años), mantiene condiciones importantes de atraso económico y social; de acuerdo con los indicadores de

³² Este tipo de organización social hace referencia a la tenencia de la tierra con base en el mantenimiento de linajes o “grupos de socios”; es decir, que la posesión de la tierra, donde habitan las poblaciones triquis, la preservarán los hombres herederos de cada familia (CDI, 2007).

carencias sociales establecidos por la Secretaría de Bienestar (2020), esta localidad posee un alto grado de marginación; siendo sus principales carencias el acceso a la seguridad social, los servicios básicos en la vivienda y servicios de alimentación (ver figura 15).

Figura 15. Indicadores de carencias sociales de Putla Villa Guerrero (porcentaje de población)



Fuente: Secretaria de Bienestar. (2020). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social. Putla Villa de Guerrero., Oaxaca. México.*

Como ocurre en otras comunidades indígenas, una actividad común entre las mujeres es la elaboración de piezas textiles artesanales para el autoconsumo, las cuales producen también para su venta como una actividad complementaria que les permite obtener recursos económicos adicionales. Sin embargo, la oferta de textiles en esta región es alta y los precios a los que estos se comercializan disminuyen, por lo que recurren a intermediarios que las visitan en busca de textiles artesanales para revenderlos en lugares turísticos o ellas mismas ofertan sus piezas fuera de la localidad.

En este contexto surge el colectivo Llana Huaricnn, que por 53 años ha brindado oportunidades de desarrollo a mujeres artesanas de esta región. Durante el acercamiento con organización de artesanas se entrevistó a Yatahli Otilio Rosas, representante del colectivo y encargada del diseño, producción y comercialización de los textiles artesanales que elaboran las integrantes del grupo; asimismo, se tomaron datos y referencias de la investigación que ella misma realizó respecto a este colectivo para la obtención de su grado como Maestra en Desarrollo Rural.

3.3.1. Llana Huaricnn: mujer con huipil

Este proyecto surgió en 1967 ante la demanda impulsada por antropólogos, sociólogos y etnólogos que visitaban la localidad de San Andrés Chicahuaxtla en busca de artesanas que vendieran textiles o que les enseñaran a tejer. Fue así que, por iniciativa del Profesor Marcos E. Sandoval Santiago, en ese entonces presidente del Consejo Supremo de los Pueblos Triquis en esta comunidad, se creó el colectivo Llana Huaricnn como un mecanismo de ayuda a las familias de la región, que brindaba oportunidades laborales a las mujeres.

En un principio la organización funcionaba como mecanismo de difusión de los conocimientos tradicionales y su reproducción, a través de la enseñanza del tejido y el bordado a estos estudiosos. Más tarde, los trabajos de investigación y la promoción cultural que ellos llevaron a cabo, generó un aumento en la demanda de las piezas textiles elaboradas en la región de Chicahuaxtla, y para 1973 el grupo estaba integrado por 30 artesanas provenientes de distintas comunidades que trabajaban para atender los pedidos que llegaban de diversos puntos del país (Rosas, 2016).

El tamaño de la agrupación generó la necesidad de adoptar un modelo de organización que incluyera a todas las integrantes, es así que se formó una mesa directiva cuyos miembros (presidenta, tesorera y secretaria) eran elegidos de forma libre por las artesanas y eran responsables de representar a la organización ante las autoridades locales y en foros regionales.

Para 1985 el grupo de artesanas contaba con 110 integrantes por lo que se realizaron los trámites correspondientes para constituirse como la Sociedad Cooperativa Llana Huaricnn S.C.L. “el cual ampara a sus socias, que pueden distribuir su producto al mercado local, estatal, nacional e internacional, y especifica todas las prendas que deben tejer y confeccionar, sin perder la técnica” (Rosas, 2016, 58).

La organización interna de las artesanas impulsó su vinculación con instituciones de fomento a la artesanía. Es así que participaron en programas gubernamentales como compras directas de textiles, concursos de artesanías, recibieron apoyos económicos para la adquisición de materia prima y participaron en algunas capacitaciones impulsadas por organismos como ARIPO, FONART, el Museo Nacional de Artes e Industrias Populares (MUNAIP) y el Instituto Nacional Indigenista (INI).

Su constitución como Sociedad Cooperativa les abrió las puertas para vincularse con organismos de la sociedad civil, como Autonomía, Descentralismo y Gestión A.C. (ANADEJGES), con la cual trabajaron de forma conjunta para crear un catálogo de textiles artesanales para su distribución a otros países, lo cual se tradujo en pedidos de piezas que se enviaron a Japón y Estados Unidos; además, se beneficiaron de proyectos de capacitación, como cursos de tejido en telar de pedal y teñido de lana con tintes naturales.

El trabajo colaborativo con esta organización se reflejó en seguridad, garantías de compra y pagos; el aumento de las ventas; el desarrollo de capacidades de las artesanas; así como, el fortalecimiento de la propia organización, lo que también generó beneficios para sus familias y su comunidad: como acceso a créditos empleados en la mejora de la infraestructura para sus hogares, ingresos económicos regulares para las artesanas y la mejora en la calidad de vida de ellas y de sus familias, muestra de esto es que los hijos de algunas de estas artesanas pudieron de acceder a educación superior.

Los buenos resultados obtenidos del funcionamiento de Llana Huaricnn no solo representaron beneficios para las artesanas de la comunidad de Chicahuaxtla, sino para aquellas que provenían de comunidades vecinas y que eran parte de este proyecto, lo cual no era bien visto por las autoridades locales de sus localidades.

Tras la muerte del Profesor Marcos Sandoval, fundador de la cooperativa, se modificó la forma de trabajo de Llana Huaricnn; se puso fin a la colaboración con la organización ANADEJGES lo que ocasionó que disminuyeran las ventas. Esta situación generó que muchas artesanas, especialmente las que no pertenecían a la comunidad de Chicahuaxtla, abandonaran el grupo debido a la presión que ejercían las autoridades comunitarias, en algunos casos estas artesanas pudieron integrarse a colectivos dentro de sus regiones, pero en la mayoría de los casos continuaron trabajando de forma individual.

Aunque la relación con FONART prevaleció, esta no representó ninguna oportunidad de venta para las artesanas, por el contrario:

Cuando ésta ya no hacía compras, le daba a las artesanas un crédito en efectivo, con el 0.3% de intereses para pagar en tres meses, crédito que no les beneficiaba en nada, porque no sabían cómo invertir el dinero, solamente lo tomaban por compromiso, ya transcurridos los tres meses, tenían que entregar el crédito que se había otorgado más los intereses (Rosas, 2016, 61).

Durante este periodo la cooperativa prácticamente se desintegró, no había pedidos y las ventas eran escasas. Aunado a esto, la mayoría de las artesanas que aún formaban parte de la organización eran monolingües, lo cual complicaba su interacción con el exterior, principal mercado para sus artesanías.

Para 2004, Yatahli Rosas, nieta del Profesor Sandoval, se integró al grupo conformado en ese momento por 20 mujeres. La organización ya había cambiado:

La sociedad cooperativa se dio de baja porque como ya no había quien llevara la documentación, hacer los oficios o las reuniones, y como si se tenía que llevar muy controlado, se decidió darlo de baja y quedó solo como colectivo. Además, lo que vimos, es que siendo sociedad cooperativa y colectivo no existen muchas

diferencias en cuanto a apoyo del gobierno (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

Figura 16: Signos distintivos de Llana Huaricnn

<p>Nombre de la organización</p>	<p>Llana Huaricnn</p>	<p>Vocablo triqui que significa "mujer con huipil".</p>
<p>Logo</p>		<p>El logo lo conforma una servilleta ceremonial en forma de mariposa, representando la iconografía de la región triqui, y a los lados, dos águilas resguardando a la mariposa. En la parte superior el nombre de la organización y en la parte inferior el lugar de donde es el grupo, en triqui y en español.</p>

Fuente: elaboración propia con base en Rosas Sandoval, Y. O. (2016). *El papel de la artesanía textil Nanj ni'in (trqui) en el desarrollo económico y cultural de Chichahuastla*, Oaxaca. Tesis de Maestría en Desarrollo Rural. Unidad Xochimilco, Universidad Autónoma Metropolitana.

Algunas artesanas se reincorporaron al colectivo, se adoptaron signos distintivos para fortalecer la identidad de la organización y establecieron lazos de colaboración con el Museo Textil de Oaxaca, con el que, además de venderle piezas de forma regular, han establecido proyectos para participar en exposiciones y galerías y capacitar a las integrantes del grupo (ver figura 16).

También se fortalecieron los mecanismos internos de organización del colectivo; siguiendo el modelo original, las artesanas que integran el grupo eligen a sus representantes, quienes conforman la mesa directiva por un periodo de dos años. De forma rotativa, se eligen siete puestos:

- Presidenta, encargada de presidir las reuniones y recoger las cooperaciones de las integrantes del grupo, organizar las compras y otras actividades específicas.
- Secretaria, encargada de elaborar los documentos oficiales del colectivo como solicitudes de compras, aplicaciones para concursos de artesanías, solicitud de apoyos económicos; así como trabajo conjunto con la presidenta para la administración de las cooperaciones económicas de las integrantes.
- Vocales, son las representantes dentro del grupo de las artesanas de cada comunidad, actualmente las integrantes provienen de 5 diferentes comunidades.

Las artesanas que forman parte de Llana Huaricnn adquieren obligaciones como: participar en las reuniones y hacer las aportaciones económicas correspondientes. Al integrarse al colectivo, deben aportar 500 pesos y cada mes realizan un pago de 25 a 30 pesos, este dinero se va a una caja de ahorro administrado por las representantes de la organización³³, quienes lo utilizan para pagar los viáticos para las entregas de las piezas o para situaciones no previstas; por ejemplo, en caso del fallecimiento de alguna de las integrantes, el colectivo entrega una ofenda a su familia.

Existen casos de algunas artesanas que no pertenecen al grupo, pero que colaboran con este de forma temporal, por lo que no adquieren estas responsabilidades, pero tampoco son participes de los beneficios que este ofrece. Entre los beneficios por adherirse al colectivo es posible mencionar pedidos para ventas al Museo Textil de Oaxaca; el respeto de sus precios; participación en proyectos de financiamiento de materia prima o equipo; asistencia a talleres y capacitaciones; producción a su propio ritmo sin cubrir ciertas cuotas y libertad creativa.

³³ Estas aportaciones se realizan de acuerdo a las posibilidades económicas de cada artesana, por lo que el pago de ingreso y la mensualidad puede entregarse en varias emisiones o realizarse cuando ellas reciben el pago por la venta de sus piezas; cada artesana decide de forma libre cuanto aporta y en qué momento (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

De este modo, es posible observar que Llana Huaricnn es un colectivo con una larga trayectoria, que surgió atendiendo a las necesidades de una problemática comunitaria y fue impulsada por los mismos integrantes de la localidad. A lo largo de su desarrollo ha adoptado diferentes modelos de funcionamiento, modificando y mejorando su organización interna para atender de forma eficiente las demandas del exterior; asimismo, ha impulsado alianzas con diferentes entidades (particulares y gubernamentales) siempre en busca de mejorar las condiciones de venta y el desarrollo económico de sus integrantes.

Es una organización madura que, a base de prueba y error, logró consolidar un modelo de negocio adecuado a sus necesidades, una dinámica interna que ofrece beneficios a las mujeres que la integran y una cadena de valor eficiente que impulsa la innovación en sus diseños y ofrece calidad a sus consumidores finales.

3.3.2. Cadena de valor de Llana Huaricnn

Tras 53 años, Llana Huaricnn paso de funcionar bajo el modelo de negocio tradicional de los textiles artesanales, en el que las productoras empujan sus prendas al mercado sin conocer los gustos y necesidades de los consumidores y siendo su principal ventaja competitiva sus precios bajos, a un modelo en el que las artesanas planean y llevan a cabo su producción con base en pedidos específicos.

Se trata de una cadena de producción circular cuyo detonante es el pedido del cliente, el cual determina las características de las etapas de abastecimiento de materias primas y producción; es decir, se adquiere solamente lo que se necesita para producir, reduciendo al mínimo los desperdicios y se gestionan los tiempos y los procesos para evitar retrabajos (ver figura 17).

La primera etapa involucra las actividades de promoción y venta; para esto resultan de vital importancia las redes de colaboración que este colectivo ha establecido con instituciones, organizaciones de la sociedad civil, así como su presencia en redes sociales, donde además de difundir su labor de preservación de la cultura a través del tejido, han encontrado una plataforma para ampliar su mercado.

Por su importancia en la región y su trayectoria como colectivo de artesanas, Llana Huaricnn cuenta con una cartera de clientes importante que aumenta gracias a las exposiciones y los foros en los que sus representantes participan. Estos clientes realizan pedidos especiales que son atendidos por el colectivo.

Figura 17. Cadena de valor de Llana Huaricnn



Fuente: elaboración propia con base en Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020.

Actualmente su principal cliente es la Fundación Alfredo Harp Helú, con quienes trabajan colaborativamente desde 2009, como uno de los colectivos de artesanas que elaboran las piezas que se comercializan en la tienda del Museo Textil de Oaxaca. Los administradores del museo hacen los pedidos a la encargada de ventas (Yatahli Rosas) con base en diseños, colores y materiales específicos.

Una vez tomado el pedido, se lleva a cabo una reunión con todas las artesanas, a quienes se les plantean los detalles de las piezas que se van a elaborar y ellas, de forma libre y con base en su disponibilidad de tiempo deciden quien participará en el proceso de producción para ese pedido.

Entonces ya que alguna se anima, ya me voy una por una y les digo cuales son las medidas, cuales las combinaciones; ya no se lo doy a todas, solo las que se van a hacer cargo de hacer esa producción. A veces cuando lo veo muy difícil yo tengo que hacer el prototipo, yo tengo que tejerlo y eso me ayuda a mí para saber qué cantidad de hilo se lleva, que cantidad de tiempo se lleva, si los hilos funcionan para ese tipo de pedido (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

Con base en los detalles solicitados por el cliente las artesanas obtienen las materias primas. En la región de Chichahuaxtla trabajan con hilos de lana 100% artesanal, que adquieren de las comunidades mixtecas vecinas; algodón industrial, dado que en su comunidad el clima no favorece al cultivo de algodón; y tintes naturales, que realizan ellos mismos empleando materiales como la grana cochinilla, el añil y el aliso.

Una vez que las artesanas cuentan con la materia prima, comienzan con la producción, en la que emplean técnicas como el telar de cintura, el telar de pedal y el bordado. Los tiempos de producción suelen variar dependiendo de la complejidad y los detalles de la prenda, la temporada del año (domingos, fiestas patronales, Semana Santa, el carnaval y día de muertos son días en los que por tradición no se teje), el clima (la lluvia y la neblina, comunes en esta región, modifican las características del hilo e impiden el tejido) o las actividades cotidianas de las productoras.

[Cuando] me preguntan en cuanto tiempo [estará terminada una pieza], si ellas me dicen que “en tanto”, siempre les digo que me den un mes más por lo que pueda pasar, porque aquí muy pocas mujeres se dedican solo a esto. La mayoría tiene familia y tiene que atender a su familia y su casa; si siembran; o algunas mujeres tienen maridos que tienen algún cargo político dentro de la comunidad (como aquí los cargos son gratuitos, entonces siempre cargan con la mujer) (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

El proceso de producción de una prenda terminada lo realiza una sola persona e involucra el tejido de las diferentes piezas que lo componen y el armado del producto final, con el objetivo de no aumentar los costos de producción. Durante este proceso cada artesana trabaja de forma individual desde su casa, puesto que si “se juntan se sienten como encerradas, como presionadas, porque están acostumbradas a su tiempo, su libertad, su espacio” (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

Una vez terminadas las piezas, la siguiente etapa en su cadena de valor es la logística externa que consiste en la entrega de los pedidos realizados. Cuando se trata de pedidos del Museo Textil de Oaxaca, la representante de ventas acude directamente ahí para entregarlo y cuando se trata de alguna solicitud fuera de Oaxaca, se envía por correo o paquetería; hasta ahora las piezas elaboradas por este colectivo han llegado a varios puntos de la República Mexicana, Holanda, Francia, Japón, Estados Unidos y Canadá.

Las artesanas de Llana Huaricnn tienen muy claro que su mercado se encuentra fuera de la región triqui:

Casi no vendemos localmente. Como muchas tejen, no quiero ser competencia de lo local, yo prefiero no hacer una competencia aquí; creo que las demás mujeres que tejen aquí, es porque no tienen las posibilidades de salir. Nosotras no vamos a vender aquí, nosotras no vendemos localmente ni el Tlaxiaco ni en Putla, que son cercanos (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

A fin de continuar con esta estrategia de ventas, las artesanas del colectivo se esfuerzan por mantener los estándares de calidad en sus tejidos y un ritmo de producción conveniente para mantener a sus clientes cautivos. Así, la remuneración que cada artesana obtiene depende completamente del trabajo que lleva a cabo, de su calidad y los tiempos de entrega.

Aunado a esto, al interior del colectivo las artesanas han establecido un método para calcular sus costos de producción y, de este modo, fijar el precio de venta de

sus piezas³⁴, en el que primero se suma el costo de la materia prima y posteriormente se agrega el costo por día de trabajo. “Se supone que por día tienen que ser como 150 pesos, pero estamos en el rango de entre 100 y 150” (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020). En algunas ocasiones el precio tiende a subir dependiendo la cantidad y dificultad en la iconografía plasmada.

La etapa final es el servicio posventa a través del seguimiento de los envíos, confirmación de recepción y la resolución de problemas, en caso de presentarse. Esto fortalece y afianza las relaciones con el cliente, el cual será el punto clave para la solicitud de otro pedido y el inicio de un nuevo ciclo de la cadena de valor de los textiles artesanales de Llana Huaricnn.

Derivado de la emergencia sanitaria por la pandemia de COVID-19, las redes sociales han resultado una plataforma efectiva para que el colectivo pueda continuar con su labor artesanal, ya que por medio de Facebook e Instagram han recibido pedidos de prendas como blusas y cubrebocas, manteniendo las fuentes de empleo y los ingresos para las artesanas.

El modelo de negocio y la cadena de valor de Llana Huaricnn son resultado del desarrollo del propio colectivo; durante este tiempo, las artesanas han mejorado sus acuerdos con otras instituciones para establecer condiciones de trabajo que les benefician, haciendo respetar sus precios y desarrollando capacidades de producción, como calidad e innovación, que sume valor a sus productos y así, mejoren sus ganancias.

Se trata de una organización madura, que cuenta con la experiencia, la organización interna y el conocimiento para tratar el tema de los textiles artesanales, ya no desde una perspectiva antropológica o cultural, sino desde el enfoque de los negocios, de

³⁴ Comenta Yatahli Rosas que en alguno de los cursos impartidos por FONART sobre costos de producción les explicaron que debían agregar al precio final de la prenda los costos de luz, teléfono, electricidad, transporte y comida; sin embargo, al hacer el ejercicio: “escogí una pieza de las más económicas y más rápidas de hacer; en ese entonces su precio era como de 80 pesos la pieza. Pues el costo final metiéndole todo lo que nos dijeron, salía en 700 pesos [...] en lo artesanal no funciona así, eso se ve a nivel industrial. En lo artesanal, lo primero que tenemos que recuperar, y eso es a fuerza, es la materia prima, es lo que se tiene que recuperar al cien por cien, en donde le sufrimos es la mano de obra (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).”

la obtención de ganancias y las condiciones adecuadas de trabajo para quienes la conforman; se trata de un colectivo que comparte muchos elementos con los principios propuestos por el modelo de Comercio Justo.

3.3.3. Relación de Llana Huaricnn con organismos gubernamentales de fomento a las artesanías

Un factor determinante en la cadena de valor de Llana Huaricnn a lo largo de su evolución como colectivo de artesanas textiles, ha sido la relación con sus clientes, quienes son compradores particulares y organismos gubernamentales y no gubernamentales fuera de su comunidad.

Una de las primeras experiencias que Llana Huaricnn tuvo con instituciones de fomento a las artesanías, fue con FONART, y de las cinco líneas de acción que lleva a cabo esta institución para impulsar el trabajo de los artesanos en México (FONART, 2020), este colectivo tuvo la oportunidad de participar en cuatro: capacitación integral y asistencia técnica; apoyos a la producción; adquisición de artesanías; y concursos de artes popular.

En su primera vertiente, Llana Huaricnn participó en varios cursos; en una de estas ocasiones solicitó una capacitación en nuevos diseños, la cual fue impartida de forma gratuita y con la consigna de que, al término del esta, la institución realizaría un pedido especial con base en los conocimientos adquiridos. Sin embargo, esto no ocurrió:

De esa capacitación, no es que no hayamos aprendido nada, si se aprendió, pero no se volvió a replicar, o sea no lo volvimos a utilizar. Porque cuando yo pedí la capacitación, les dije “yo quiero que nos capaciten en nuevos diseños, pero de los diseños que nuestros clientes están pidiendo o de cosas que nosotras queremos hacer”, pero resultó que no, la diseñadora ya traía sus diseños, creo que no hizo su estudio de mercado.

Entonces dije “si ustedes pagan, lo hacemos, pero si no pagan, no lo vamos a hacer”. No entró el pedido y no se hizo (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

La segunda línea de acción corresponde a apoyos para la producción, que consistía más bien en una compra anticipada, en la que FONART entregaba dinero a las artesanas y ellas pagaban con las piezas que elaboraban. “Pero de repente dijeron que no, que ya no tenían que pagarlo con pieza, sino que tenían que devolverlo en efectivo y, además, con intereses” (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020); esta situación no convino a las artesanas y dejaron de solicitar el financiamiento.

La tercera línea de acción son las adquisiciones de mercancías, las cuales se realizaban por medio del personal de FONART que asistía (ya no lo hace, centraron las compras en la Ciudad de Oaxaca) hasta las comunidades indígenas para adquirir piezas textiles artesanales directamente de quienes las elaboraban; llevaban un presupuesto fijo para cada artesana y el pago se realizaba en efectivo y en una sola emisión.

Esto beneficiaba principalmente a aquellas artesanas que trabajaban de forma individual y que, por sus propias actividades, no podían salir de su comunidad a vender sus piezas. El personal de estas instituciones daba prioridad a la adquisición de piezas tradicionales y no se interesaban por las prendas de innovación que resultaban menos costosas.

Dejamos de trabajar con FONART y ARIPO porque nos regateaban muchísimo. Cuando yo me hice cargo [de Llana Huaricnn] entre 2004 y 2005, empecé a ver esas cosas, que sí, venían hasta acá a hacer las compras, pero veían un huipil que costaba 5 000 pesos y decían “¡no! te doy 3 000, y si quieres”, entonces las mujeres de acá decían “no, pues si quiero el dinero. Vale 5 000, pero pues si necesito el dinero”.

Entonces decidí que, si estaban regateando, pues dejaríamos de trabajar con ellos. Y fuimos con la directora de FONART en ese entonces, en el gobierno de Calderón. Fuimos y le dijimos a la directora que íbamos a dejar de trabajar con ellos porque

no nos gustaba que nos regatearan y porque ellas ¡cuánto le subían! Y nos dijo que en ese entonces le subían el 260% a las piezas que compraban (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

El regateo por parte de las instituciones gubernamentales continua hasta hoy. Un ejemplo de ello es que, derivado de la pandemia de COVID-19, FONART impulsó la compra de cubrebocas de tela elaborados por artesanos, para lo cual se pusieron en contacto con el colectivo y le solicitaron una propuesta de diseño que se ajustara a su catálogo de ventas, y luego de que las artesanas diseñaron un cubreboca que se ajustara a ese precio, la institución no las volvió a contactar.

La cuarta vertiente en la que participó el colectivo fueron los concursos de arte popular, para los cuales la institución organizadora asignaba un presupuesto para el financiamiento de la materia prima para elaborar las piezas del concurso. Sin embargo, las artesanas se percataron de que, en las diversas emisiones de los concursos, los premios eran entregados a ciertas artesanas: “hemos visto que tienen preferencias, hay clasismo, hay discriminación” (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

Es importante mencionar que, como parte de esta vertiente y gracias a la negociación realizada por las representantes de Llana Huaricnn, se realizó un concurso de arte popular específico para niños y niñas (categoría no contemplada en los certámenes organizados por FONART), con el objetivo de incentivar a las nuevas generaciones para aprender y reproducir los conocimientos tradicionales de tejido y bordado.

En contraste con el discurso que las instituciones gubernamentales mantienen, la mayoría de las ocasiones, sus actividades no representan beneficios reales para las artesanas en las comunidades indígenas, por el contrario, estos organismos aprovechan las necesidades de estas personas. Adicionalmente, ofrecen ayudas económicas que lejos que crear oportunidades de desarrollo, generan problemas al interior de las comunidades puesto que, con el propósito de asignar las ayudas que el gobierno presupuestó, no son rigurosos en su asignación.

Quien hace mucho eso es INPI, antes CDI, les dicen [a las artesanas] “formen su grupo para que yo nada más justifique [el destino de los recursos económicos] y les de esto y ya”.

Y he visto muchos grupos que se forman, les dan eso [las ayudas económicas] y se salen, y si han conseguido dinero, pero también esas instituciones no les dan seguimiento, no ven después qué es lo que pasa y, al contrario de ayudar, crean problemas (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

La experiencia de trabajo de Llana Huaricnn con ARIPO y FONART fue positiva para las artesanas durante los primeros años de funcionamiento del colectivo; sin embargo, con el paso de los años los mecanismos de funcionamiento de estas instituciones ofrecían pocos beneficios a las artesanas, por lo que era lo mismo venderles a estos organismos, que negociar con intermediarios independientes.

Luego de estas experiencias, el colectivo Llana Huaricnn dejó de trabajar con las instituciones gubernamentales para dedicar su producción, casi por completo, al Museo Textil de Oaxaca, donde encontraron una relación laboral cooperativa, en donde no hay regateos, respetan los precios asignados por las artesanas y la modificación de los mismos en caso de variaciones en el costo de la materia prima.

3.3.4. Resultados del modelo de funcionamiento de Llana Huaricnn en el marco del Comercio

Al preguntar a la representante del colectivo Llana Huaricnn si conocía el Modelo de Comercio Justo, su respuesta fue negativa; sin embargo, de los tres acercamientos con organizaciones de artesanas que se realizaron para esta investigación, esta es la agrupación cuya organización interna y mecanismos de funcionamiento presenta mayores coincidencias con el modelo de Comercio Justo, lo cual se debe a su evolución como organización. Así como modificó su dinámica de trabajo y su propio modelo de negocio, también ha realizado ajustes en sus vínculos con instituciones y organismos públicos y privados con los que colabora.

Actualmente su principal cliente es el Museo Textil de Oaxaca, con el cual mantiene una relación de negocios en la que se garantiza la puntualidad de los pagos, adelantos o anticipos, lo que favorece a las artesanas, quienes no tienen que financiar con sus propios recursos la producción. Se trata de una relación de cooperación en la que ambas partes ganan, promoviendo así prácticas justas de comercio, que se hacen extensivas a cualquier otra organización con la que el colectivo trabaje, pues las dota de seguridad para no aceptar un acuerdo que les ofrezca menos de lo que ya han conseguido.

Como parte de la colaboración entre el Museo y Llana Huaricnn se han llevado a cabo talleres y capacitaciones gratuitas para las artesanas, enfocados principalmente en nuevos diseños, combinación de colores y patronaje, todos ellos con profesores que complementan lo que las artesanas ya saben, que no limitan su creatividad y que atienden a los requerimientos actuales del mercado.

Estos conocimientos se han visto reflejados no solamente en la mejora de las piezas que ellas elaboran para el museo, sino en el desarrollo de capacidades y la iniciativa de las artesanas para crear nuevos modelos que respondan a los gustos y necesidades de los consumidores y así, mejorar el posicionamiento de sus productos en el mercado, sin temor al plagio o la apropiación de sus piezas, pues lo que le da valor al producto, además del diseño, es la técnica empleada y la calidad de la manufactura.

Las prácticas de comercio justo también se reflejan al interior del colectivo por medio de condiciones laborales justas que respetan los tiempos y actividades de las artesanas, quienes libremente deciden su integración y permanencia en el colectivo, así como lo que producen. Estas condiciones se hacen extensivas también para aquellas artesanas que, sin pertenecer formalmente al grupo, colaboran en la producción de ciertos pedidos; a ellas, al igual que a las integrantes de Llana Huaricnn, se les paga en efectivo, en una sola emisión y con base en el método interno para la asignación de precios.

Además de lo anteriormente expuesto, uno de los valores que Llana Huaricnn comparte con el modelo de Comercio Justo es la transparencia, tanto en su organización interna, a través de la adopción de mecanismos democráticos para la elección de sus representantes y toma de decisiones, como en el manejo que se hace de los recursos que aportan las artesanas y de los que se obtienen gracias a apoyos económicos que provienen de instituciones u organizaciones externas, los cuales se emplean para la adquisición de equipo y materia prima que emplean las artesanas en su producción.

Asimismo, Llana Huaricnn defiende y promueve la idea de que las ayudas económicas no son efectivas, lo que las artesanas requieren son oportunidades laborales, condiciones justas en el mercado en donde se respeten sus precios, no haya regateo, se reconozca su labor creativa y productiva. “A las personas que entran [al colectivo] yo les digo ‘aquí no viene nada regalado [...] lo que quieras ganar con tu trabajo es lo que vas a lograr. Si quieres ganar ‘tanto’, lo que debes tener es buena calidad y el tiempo que tú le dediques’.” (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

Recientemente, por medio del uso de redes sociales, Llana Huaricnn también ha comenzado a explorar mecanismos de promoción del comercio justo de los textiles artesanales triquis, sensibilizando a sus consumidores a través de la difusión de mensajes sobre el colectivo, su historia, sus técnicas de tejido y el significado de la iconografía que plasman en sus prendas. En este sentido, la representante del colectivo defiende que: “No somos maquiladoras. Yo no hago maquila, yo hago obras de arte” (Y. Rosas, comunicación personal, 11 de septiembre de 2020).

Al preguntar a la representante del colectivo Llana Huaricnn si conocía el modelo de Comercio Justo, su respuesta fue negativa; sin embargo, su organización, su forma de trabajo y su relación con otras organizaciones comparte los principios de este modelo, especialmente la colaboración entre las artesanas y los esfuerzos por la promoción de su actividad.

Las condiciones internas de las comunidades indígenas dificultan la creación y mantenimiento de agrupaciones de artesanos con fines mercantiles, especialmente si se trata de mujeres; factores como el monolingüismo, el analfabetismo, la prevalencia de autoridades comunitarias, el machismo, la falta de servicios básicos y la dificultad para comunicarse con otras comunidades, son algunos de los elementos que desalientan a los artesanos para conformar organizaciones más grandes y complejas, manteniendo el modelo de producción familiar de textiles artesanales.

Si a esto se suma la intervención de actores externos como intermediarios o miembros de organismos gubernamentales, que promueven la creación de colectivos para asignar recursos, sin establecer una estrategia para el mantenimiento de estas agrupaciones, lejos de impulsar la unión de los artesanos en una misma comunidad, se gestan desacuerdos entre los propios miembros de esta localidad.

Resulta interesante entonces, analizar la evolución y actual funcionamiento de Llana Huaricnn, colectivo que además de una larga trayectoria como agrupación de artesanas, ha podido continuar su funcionamiento, manteniendo el interés de las integrantes y estableciendo mecanismos de colaboración con organismos que coincidan con su modelo de negocio y los valores internos del propio colectivo.

Esto además de dar certidumbre a las artesanas sobre la labor productiva que desempeñan, las dota de seguridad para tomar riesgos, experimentar, innovar con base en los requerimientos del mercado y percibir a la actividad textil no solo como una tradición heredada por sus antepasados y actividad complementaria al campo, sino como un negocio redituable en beneficio de sus familias y su comunidad.

3.4. Resultados arrojados del acercamiento con las organizaciones de artesanas textiles

Cada una de las organizaciones estudiadas en este apartado se desarrolló en un contexto particular; sin embargo, todas ellas comparten algunas características, como el ser agrupaciones que surgieron por iniciativa de las propias artesanas, quienes elaboran textiles artesanales como una actividad complementaria a sus labores diarias, a fin de obtener ingresos adicionales a los que obtienen del campo.

Estas artesanas habitan en zonas geográficas de difícil acceso y con un alto porcentaje de población indígena, donde varias de las integrantes de la agrupación no hablan español, por lo que se comunican por medio de una lengua indígena (mixteco, purépecha o triqui); esto dificulta que puedan salir e interactuar con personas ajenas a su comunidad.

Esta situación, aunada al interés por facilitar los mecanismos de ventas, llevaron a estas tres organizaciones a desarrollar una estrategia específica para atender las necesidades de su agrupación:

- Ita Savi exploró el empleo de los medios digitales a través de la creación y administración de plataformas en redes sociales, ampliando su mercado y transformando, no sólo su cadena de valor, sino su modelo de negocio.
- Uanhasi buscó la difusión de la diversidad textil artesanal en la Meseta Purépecha y, ante el creciente interés por parte de los consumidores, utilizó las plataformas digitales para lograr un mayor alcance de su mensaje, lo que permitió ampliar el mercado de estas artesanas.
- Llana Huaricnn aprovechó su trayectoria como colectivo de artesanas y su experiencia de trabajo con ONG, para establecer alianzas de trabajo con el Museo Textil de Oaxaca, con base en principios como el respeto y la cooperación, lo que le ha garantizado una demanda continua.

En las tres organizaciones se observa que, por medio de las estrategias antes descritas, las artesanas alcanzaron una mayor visibilidad y ampliaron su mercado,

lo que generó una evolución de su cadena de valor y, a su vez, transformaciones en cada uno de los eslabones que la componen.

Respecto a la logística interna y el abastecimiento de materias primas, las artesanas han mantenido, en la medida de lo posible, la tradición de usar hilos de algodón o lana y tintes naturales, al tiempo que experimentan con algunos materiales que les permitan obtener nuevos colores y acabados para satisfacer la demanda del mercado.

El proceso de producción es el eslabón de la cadena de valor que más se ha enriquecido con la información que el mercado les proporciona directamente a través de sus plataformas digitales, es así que las artesanas tienen una mayor confianza para innovar y crear nuevos diseños, combinaciones de colores y materiales y explorar nichos de mercado que antes no se hubieran imaginado (por ejemplo, bordados en camisas de hombre). Las artesanas tienen ahora una mayor confianza en sus propias creaciones, lo que nutre y enriquece la tradición textil vigente.

Los mecanismos de venta de las piezas se realizan de forma directa con el mercado y ya no, a través de intermediarios; este elemento ha sido el factor diferenciador que ha dado paso a la evolución de las organizaciones de artesanas, respecto a la cadena de valor tradicional de los textiles artesanales mexicanos.

Ita Savi, Uanhasi y Llana Huaricnn establecieron herramientas específicas para determinar los precios, con base en sus costos y el esfuerzo físico y creativo del proceso de producción, de modo que estos se respeten, sin acceder al regateo y garantizando al consumidor la calidad y durabilidad de la pieza que adquiere.




Para esto, las organizaciones han establecido mecanismos efectivos de comunicación con sus clientes, a fin de informarles sobre cada uno de los elementos que intervienen en la elaboración de sus piezas: los materiales, los procesos, la iconografía, los saberes tradicionales, así como la realidad que viven las artesanas

que crean cada pieza; pero también manteniendo la apertura para recibir información por parte de los clientes, que les permita mejorar sus productos.

De este modo Ita Savi, Uanhasi y Llana Huaricnn funcionan con base en principios como la cooperación entre quienes conforman la organización y los demás actores que forman parte de su cadena de valor dentro de los clústeres comunitarios; la transparencia, democracia, libertad de asociación, no discriminación y empoderamiento de la mujer, al interior de sus agrupaciones; así como la promoción y defensa de condiciones laborales adecuadas y una remuneración justa por la labor que realizan.

Todos estos elementos responden a los principios y valores que el Comercio Justo defiende y promueve. En este sentido, cada una de estas agrupaciones lleva a cabo acciones específicas que coinciden con los postulados de este modelo de comercio alternativo (ver figura 18).




Figura 18. Comparativo de los principios del Comercio Justo con las características de Ita Savi, Uanhasi y Llana Huaricnn

PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO					
Organización	1. Oportunidades para productores	2. Transparencia y responsabilidad	3. Practicas comerciales justas	4. Pago justo	5. No trabajo forzoso
 Ita Savi	<p>Crean oportunidades de trabajo para las artesanas y para todos los actores que involucrados en la cadena de valor de textiles artesanales: agricultores, hiladores, tintoreros y repartidores.</p>	<p>Toma de decisiones de forma conjunta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Vinculo directo con el cliente (servicio posventa y atención al cliente). Garantía de calidad. Información y sensibilización del consumidor final. 	<ul style="list-style-type: none"> Ficha técnica para establecimiento de precios. Pago justo a proveedores. Compra consciente e informada. 	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo con base en disponibilidad de las artesanas. Cada artesana elije qué pedido elabora. Ritmo de trabajo se adapta a sus actividades principales.
 Uanhasi	<p>Crean oportunidades de trabajo para las artesanas que se interesan en adherirse al proyecto.</p>	<p>Se toman en cuenta las sugerencias de las artesanas para la promoción y venta de las piezas.</p>	<p>Artesanas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Consulta de algunas decisiones de venta. Compra directamente en sus comunidades. Pago justo. <p>Consumidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Relación cercana con consumidores (atención al cliente y servicio posventa). Promoción de comercio justo de textiles artesanales. Difusión de los procesos de producción, cultura y las comunidades purépechas. 	<ul style="list-style-type: none"> No regateo. Respeto por los precios establecidos por las artesanas, No compras ni ventas al mayoreo. Pagos a conveniencia de las artesanas. Puntualidad en los pagos. 	<ul style="list-style-type: none"> Las artesanas trabajan a su propio ritmo. No se exige cuota de producción ni se paga por jornada laboral. Ellas deciden cuánto y cuándo venden a Uanhasi. Libertad creativa de las artesanas. Incorporación y permanencia en el proyecto es voluntaria.
 Llana Huaricnn	<p>Crean oportunidades de trabajo para las artesanas que forman parte de la organización; para artesanas que colaboran con la agrupación, sin ser miembros formales; y para los involucrados en la cadena de valor de textiles artesanales: agricultores, hiladores y tintoteros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Organización democrática. Estructura claramente definida, con cargos rotativos y periodos previamente establecidos. * Administración de los recursos aportados por las artesanas son administrados por ellas mismas de forma transparente y con base en las necesidades de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> Metodología para la asignación de precios. Trabajo colaborativo con el MTO (pagos a tiempo, anticipos, garantía de compra). Capacitaciones a las artesanas con respeto a su libertad creativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Pago a cada artesana con base en la calidad de su producto y los tiempos de producción No regateo. Garantía de compra. Anticipos o pago por adelantado. 	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo con base en los tiempos de cada artesana, respetando sus actividades principales y laboras cotidianas.

160

Fuente: elaboración propia.

Figura 18. Comparativo de los principios del Comercio Justo con las características de Ita Savi, Uanhasi y Llana Huaracnn

PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO					
Organización	6. No discriminación, igualdad de género y libertad de asociación	7. Buenas condiciones laborales	8. Desarrollo de capacidades	9. Promoción del Comercio Justo	10. Respeto al medio ambiente
 <p>Ita Savi</p>	<ul style="list-style-type: none"> La organización está abierta para todas las artesanas y su participación es voluntaria y gratuita. Todas las integrantes son mujeres y trabajan de forma colaborativa con otros proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> Respeto por los tiempos y actividades de las artesanas. El tejido y bordado se realiza de forma individual desde sus casas. 	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento retroalimentación del mercado les permite a las artesanas innovar. Mejora continua de productos y servicios. Preservación de la tradición textil. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma de redes sociales se emplean para: Informar a los consumidores sobre procesos, técnicas, materiales y las condiciones de vida de las artesanas. Sensibilizar a los consumidores sobre textiles artesanales 	<ul style="list-style-type: none"> Empleo de tintes naturales. Cuidado y preservación del caracol purpura pansa.
 <p>Uanhasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> Espacio abierto a todas y todos los artesanos. Todas las integrantes del proyecto son mujeres. 	<ul style="list-style-type: none"> Respeto por los tiempos y actividades de las artesanas. Las prendas se elaboran de forma individual desde sus casas. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación directa y cercana con las artesanas les permite a ellas conocer las necesidades y gustos del mercado. Seguridad para innovar. 	<ul style="list-style-type: none"> Se realiza en dos ejes, con las artesanas y con los consumidores. La última se realiza por medio de tres ejes: Información. Difusión. Sensibilización. 	N/A
 <p>Llana Huaracnn</p>	<ul style="list-style-type: none"> Adhesión y permanencia en la agrupación de forma voluntaria. Opción de colaborar con el colectivo sin formar parte de él. 	<ul style="list-style-type: none"> Producción de forma individual desde sus casas. Las artesanas establecen los tiempos que le dedican a la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitaciones en diseño, patronaje y colores (impartido en colaboración con el MTO). Impulso a la innovación. Apertura a la adopción de nuevos diseños propuestos por las artesanas. Experimentación con nuevos tintes naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataforma en redes sociales es empleada para: Información a los consumidores sobre piezas. Difusión de su cultura y significado de su iconografía, colores y texturas. Negociación con consumidores y compras respetando sus precios y eliminando el regateo. 	<ul style="list-style-type: none"> Uso de fibras naturales. Empleo de tintes naturales. No producción masiva.

Fuente: elaboración propia.

Ninguna de las tres organizaciones que fueron objeto de estudio en esta investigación, reconocieron conocer a profundidad el modelo de Comercio Justo ni contar con alguna certificación que la acredite como parte del sistema de Comercio Justo; sin embargo, esto no ha sido un freno para que éstas hayan adoptado los principios y los valores propuestos por este modelo, obteniendo resultados positivos.

La transformación que llevaron a cabo estas tres organizaciones respecto al modelo de funcionamiento tradicional, impulsó la venta de textiles artesanales fuera de sus comunidades, lo que, sumado a la información y sensibilización de los compradores, les permitió posicionarse en un mercado más amplio, disminuyó los casos de regateo, promovió el respeto de sus precios y, por lo tanto, generó una mayor ganancia para las artesanas.

Estas tres agrupaciones surgieron por iniciativa de las artesanas al interior de sus comunidades, lo que ha propiciado el mantenimiento de su forma de trabajo tradicional: la producción individual en sus casas, con base en sus tiempos y con respeto a sus actividades diarias, pero con el compromiso de mantener la calidad de las piezas que elaboran.

De igual forma, la transformación de la cadena de valor ha generado que las artesanas no tengan que financiar la producción, sino que trabajen con base en pedidos específicos, con un comprador establecido, pero manteniendo su libertad creativa.

De este modo se puede concluir que, pese a que ninguna de las tres organizaciones estudiadas (Ita Savi, Uanhasi y Llana Huaricnn) se ha integrado al sistema de Comercio Justo (a través de certificaciones o sellos de garantía), las tres, han adoptado como propios los valores y principios que este modelo propone, por lo que sí hacen comercio justo; lo que ha generado resultados positivos para las artesanas, sus familias y sus comunidades.

Conclusiones

Durante esta investigación, se hizo una revisión sobre la evolución histórica y las principales características de los textiles artesanales mexicanos; se describió su cadena de valor; y se examinaron algunas cifras sobre producción y comercialización, que permitieron señalar la importancia de este sector para la economía de México.

A fin de conocer de forma directa el punto de vista de quienes llevan a cabo esta actividad, se realizaron entrevistas no estructuradas a tres organizaciones de artesanas textiles de Oaxaca y Michoacán, quienes compartieron información sobre su forma de trabajo, sus procesos y retos, así como algunas de sus reflexiones sobre las áreas de oportunidad que enfrenta este sector.

Luego de revisar la información proporcionada por estas organizaciones, es posible concluir que la hipótesis de esta investigación se cumple parcialmente pues no existen organizaciones de artesanas y artesanos que se hayan integrado al sistema de Comercio Justo formalmente, a través de certificaciones de Fairtrade o WFTO; sin embargo, si existen iniciativas que siguen los valores y principios de este modelo, lo cual ha generado resultados positivos como la mejora de su posicionamiento en el mercado, así como la comercialización de sus textiles artesanales a precios equivalentes al esfuerzo físico y creativo invertido en su elaboración (precios justos).

Esta falta de certificaciones por parte de las organizaciones de artesanos textiles se debe principalmente a dos razones, la primera es que no existen lineamientos específicos acordados en el marco de la Fairtrade International ni de la WFTO para otorgar un sello de garantía a textiles artesanales; y la segunda es que, el grueso de las organizaciones de artesanos textiles mexicanos son familiares, trabajan en la informalidad y se encuentran en comunidades de difícil acceso, características que les impide alcanzar el nivel de madurez y formalidad para integrarse a este sistema.

Esta situación no significa que el comercio de los textiles artesanales en México no haya cambiado; por el contrario, los resultados de la presente investigación arrojaron que, sin conocer el modelo de Comercio Justo, las organizaciones de artesanas que fueron estudiadas funcionan con base en los principios y valores propuestos por este mismo modelo, como la cooperación entre todos los miembros de la cadena de valor; el respeto por los precios y los derechos de los pequeños productores; la no discriminación; y el pago de precios justos.

Las artesanas entrevistadas han creado iniciativas que, a partir del uso de herramientas como las plataformas digitales; los pagos electrónicos; el uso de la paquetería y envíos internacionales; así como el trabajo con ONG, han cambiado el modelo tradicional de funcionamiento del comercio de los textiles artesanales, transformando su cadena de valor e, incluso, su modelo de negocio; de modo que genere beneficios directos para las artesanas, sus familias y sus comunidades.

Estas iniciativas también han detonado la transformación de las decisiones de compra de los consumidores, mismos que, por medio del establecimiento de una relación directa entre productoras y consumidores, se vuelven conscientes del valor intangible que poseen los textiles artesanales y los beneficios que genera su compra en las comunidades de artesanas, los cuales no se limitan a una ganancia económica, sino también a la creación de mejoras en las condiciones de vida de los pequeños productores y la preservación de la tradición textil en México.

Si bien, no existen organizaciones mexicanas productoras de textiles artesanales que se hayan incorporado al sistema de Comercio Justo, si existen iniciativas que funcionan con base en los valores y principios que este modelo promueve, lo que ha generado resultados positivos como: la mejora de sus condiciones de trabajo, pagos justos, respeto a sus derechos laborales, el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo de capacidades.

Cabe mencionar que, dado el contexto de inestabilidad en el mundo, generado a raíz de la pandemia de COVID-19, las iniciativas impulsadas por estas artesanas les han permitido continuar la producción y comercio de textiles artesanales, aun

cuando sectores clave, como el turismo se han visto paralizados; esto se debe a que la difusión y venta de sus piezas sigue activa por medio de empleo de plataformas electrónicas y a que los consumidores han generado conciencia sobre la importancia del apoyo a los pequeños productores y el consumo local.

Estos resultados muestran que el Comercio Justo no es un enfoque económico impuesto como una “receta para erradicar la desigualdad social”, sino que es una respuesta social ante las disparidades que vive el mundo; este modelo surge a partir de la toma de consciencia por parte de los consumidores y los pequeños productores sobre el trabajo que éstos realizan y el valor de los productos que ofrecen en el mercado.

De este modo, es posible explicar que, si el Comercio Justo ha evolucionado hasta convertirse en un sistema de alcance internacional, conformado por un entramado institucional funcional, es como resultado del interés y los esfuerzos llevados a cabo por los productores y los consumidores, con el objetivo de que el modelo de comercio actual genere beneficios tangibles para todos y no acentúe las desigualdades sociales ya existentes.

En este sentido, y tras hacer una revisión del desarrollo del sistema de Comercio Justo en México, es importante destacar que, si comparamos el caso de México con otros países de América Latina, los resultados en materia de Comercio Justo son escasos: los productos que se comercializan bajo los sellos de garantía son principalmente agrícolas, destacando por su importancia el café, el plátano y los cítricos. El sector artesanal no figura entre las organizaciones de pequeños productores mexicanos que buscan integrarse a este modelo.

Además, el entramado institucional de Comercio Justo que existe en nuestro país se ve rebasado, ya que actualmente solo se encuentra en funcionamiento la Coordinadora Mexicana de Pequeños Productores de Comercio Justo, que asesora y representa a las organizaciones de pequeños productores; sin embargo, las labores de difusión y sensibilización de los consumidores sobre el modelo desaparecieron tras la suspensión de actividades de Comercio Justo México A.C.

En este sentido, resulta determinante la colaboración que las organizaciones de la sociedad civil que hacen comercio justo en nuestro país llevan a cabo con los centros de investigación y las universidades. Actualmente la Coordinadora trabaja conjuntamente con la Universidad Autónoma Chapingo para capacitar a los agricultores y cafecultores, logrando mejoras en sus productos, para que cumplan con los lineamientos de certificación de los organismos de Comercio Justo.

Lo anterior, resulta un área de oportunidad para la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) que, a través de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) y el Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (CENAPYME) pueden contribuir a fortalecer a difundir el modelo de Comercio Justo en nuestro país, a través de la capacitación y asesoría de aquellas organizaciones que busquen formar parte de éste.

Finalmente, es importante destacar que el sector textil artesanal ha sido abordado desde un enfoque erróneo; a diferencia de otros países latinoamericanos, con quienes compartimos la tradición de elaboración de artesanías, donde la legislación y las instituciones dedicadas a atender este tema parten de un enfoque económico o comercial, en México se ha abordado desde un punto de vista cultural o de desarrollo social.

En otras palabras, las instituciones y programas creados para brindar apoyo a los y las artesanas en México lo han hecho desde un enfoque asistencialista, sin dotarlos de herramientas que les permitan buscar oportunidades para incorporarse por sí mismos al mercado.

Es así que el FONART, el INPI y las instituciones estatales de apoyo a los artesanos se han convertido en un intermediario que reproduce los vicios del modelo tradicional del comercio de artesanías, como el regateo; han impulsado programas de ayuda a los artesanos, sin establecer mecanismos claros de seguimiento; concursos de artesanías en los que se presentan irregularidades que ponen en duda la credibilidad de los resultados; así como mecanismos de financiamiento a la

producción que, en muchas ocasiones, los artesanos se ven obligados a aceptar a cambio de compras directas de piezas.

Estas irregularidades deben ser revisadas y modificadas a fin de ofrecer a los artesanos opciones efectivas que contribuyan al desarrollo de sus comunidades a partir de la venta de los productos que elaboran; impulsando la creación de empleos y promoviendo el pago correspondiente por el esfuerzo físico y creativo invertido en la elaboración de cada pieza.

La administración actual en México, encabezada por el presidente Andrés Manuel López Obrador, ha hecho énfasis en su interés por crear mejores condiciones para los grupos indígenas y las poblaciones más vulnerables; en este sentido, la modificación del enfoque de los programas e instituciones de apoyo a los artesanos, podrían ser claves para impulsar y hacer crecer iniciativas como las que en esta investigación se analizaron.

Fuentes

Almanza-Alcalde, H. (2005). El Comercio Justo visto como movimiento. *Revista Vinculando*. Recuperado en http://vinculando.org/comerciojusto/mst_comercio_justo/movimiento_comercio_justo.html

Amezcu Luna, J. y Sánchez Díaz G. (2015). P'urépecha (Purépechas). México: CDI.

Anawalt Rieff, P. (1980). Costume and Control: Aztec sumptuary laws. *Archeology*. 33 (1), pp. 33-43.

Arqueología Mexicana (2014). Telar de Cintura. *Arqueología Mexicana*. 5, pp. 80-81.

Ascoly, Nina y Finney, Chantal. (2005). *Fabricado por mujeres. Género, la industria de la confección global y el movimiento por los derechos de las trabajadoras*. Madrid: Campaña Ropa Limpia.

Baran, P. (1957). *La economía política del crecimiento*. México: Fondo de Cultura Económica.

Baran, P. y Sweezy, P. (1966). *Monopoly capital: an essay on the American economic and social order*. Nueva York: Monthly Review Press.

Barbero Sierra; et. al. (2010). *El planeta, las personas y el futuro. Guía de Consumo Responsable y Medio Ambiente*. Madrid, España: Confederación Española de Consumidores y Usuarios.

Bayona Escat, E. (2013). Textiles para turistas: tejedoras y comerciantes en los Altos de Chiapas. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 11 (2), pp. 371-386.

Bielschowsky, R., Izam, M. y Mulder, N. (2011). *Dos estudios de la evolución del pensamiento de la CEPAL sobre diversificación productiva y la inserción internacional (1949-2008)*. Santiago, Chile: Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL].

Bielschowsky, R. (2011). Diversificación productiva y exportadora: las cuatro primeras décadas. *Dos estudios de la evolución del pensamiento de la CEPAL sobre diversificación productiva y la inserción internacional (1949-2008)*. Santiago, Chile: Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL].

Bona, L. M. (2016). Subdesarrollo y excedente económico: una conexión posible entre los aportes de Paul Baran y Celso Furtado. *CEO*, 2 (4), pp. 95-120.

Bringas, B. G. y Capaldi, I.J. (2013, Enero). *Artesanos y el comercio internacional. Comercio Justo*. Ponencia presentada en el Foro Bienal Iberoamericano de Estudios del Desarrollo. Red Iberoamericana de Estudios del Desarrollo. Santiago, Chile.

Cacho Sánchez, Y; et. al. (2010). *Guía sobre Comercio Justo de la Universidad de Cantabria*. Santander, España: Universidad de Cantabria.

Cantos, E. (1998). *El porqué del comercio justo*. Barcelona, España: Icaria.

Cardoso, F. y Faletto, E. (1969). *Dependencia y desarrollo en América Latina. Ensayo de interpretación sociológica*. México: Siglo Veintiuno Editores.

Changing Markets, (2017). *Moda sucia. La contaminación en la cadena de suministros del textil está intoxicando a la viscosa*. Recuperado en <https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/adjuntos-spip/pdf/resumen-moda-sucia.pdf>

Cobbing, M. y Vicaire, Y. (2017). *Destino cero: siete años desintoxicando la industria de la moda*. España: Greenpeace.

Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL]. (1949). *El desarrollo económico de América Latina y sus principales problemas*. E/CN.12/89.

Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL]. (1969). La transferencia de tecnología y su relación con la política y el fomento a las exportaciones. *Boletín Económico de América Latina*. 14, (1). Nueva York, Estados Unidos: Naciones Unidas.

Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2020). Términos de intercambio. *Raúl Prebisch y los desafíos del Siglo XXI*, 1-15. Recuperado en https://biblioguias.cepal.org/ld.php?content_id=31872193

Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas [CDI]. (2010). *Pueblos Indígenas. Hilo de caracol*. México.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (1964). Ginebra, Suiza.

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL]. (2010). Informe Anual sobre la Situación de Pobreza y rezago. México.

Coordinadora Estatal del Comercio Justo. (2016). *Cuaderno de Comercio Justo. Monográfico sobre textil*. 5, pp. 1-30.

Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo [CLAC]. (2020). Recuperado en <http://clac-comerciojusto.org/#:~:text=La%20Coordinadora%20Latinoamericana%20y%20del,Caribe%2C%20as%C3%AD%20como%20otras%20organizaciones>.

Coscione, M. (2015). América Latina y el sentido originario del comercio justo. *Eutopía*. 7, pp. 11-26.

Coscione, M. y Mulder N. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Chile: Comisión Económica de América Latina y el Caribe [CEPAL]-

Cotera Fretel, A. (2007). Comercio Justo: una visión desde América Latina. En N. Angulo y M. Fernández (Comps.). *Afirmando prácticas democráticas y estrategias solidarias para un desarrollo sustentable: Memoria del II Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo* (105-109). Lima, Perú: Ripess Región Latinoamericana, Grupo Red de Economía Solidaria del Perú [Gresp] y Universidad de La Habana.

Di Filippo, A. (2009). Estructuralismo latinoamericano y teoría económica. *Revista CEPAL*, 98, pp. 181-202.

Dos Santos, T. (1970). *Dependencia y cambio social. Cuadernos de estudios socioeconómicos*. Santiago, Chile: Universidad de Chile-Centro de Estudios Socioeconómicos [CESO].

Fairtrade International. (2020). Recuperado en <https://www.fairtrade.net/>

Fairtrade International. (2020). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Comerciantes*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2019). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de pequeños productores*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2016). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Producción por Contrato*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2015). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade sobre el Clima*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2014). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Trabajo Contratado*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2013). *Fairtrade Standard for Gold and Associated Precious Metals for Artisanal and Small-Scale Mining*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2016). *Fairtrade Textile Standard*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2018). *Monitoring the scope and benefits of Fairtrade*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Fairtrade International. (2016). *New fairtrade textile standard and programme aim to protect workers in the textile industry*. Recuperado en <https://www.fairtrade.org.uk/Media-Centre/News/March-2016/Textile-Standard>

Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías [FONART]. (2020). *Misión y Visión*. Recuperado en <https://www.gob.mx/fonart/que-hacemos>

Frank, A. (1966). *El desarrollo del subdesarrollo*. Caracas, Venezuela: Editorial Nueva Sociedad.

Fridell, G. (2007). *Fair trade coffee: The prospects and pitfalls of market-driven social justice*. Toronto, Canadá: University of Toronto Press.

Fundación Haciendas del Mundo Maya [FHMM]. Recuperado en <http://www.haciendasmundomaya.org/>

Furtado, C. (1978). *Creatividad y dependencia*. México: Siglo XXI editores.

Furtado, C. (1969). *Dialéctica del desarrollo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Furtado, C. (1972). *Teoría y política del desarrollo económico*. México: Siglo XXI Editores.

Garibay Orozco, C. y Bocco Verdenelli, G. (2007). *La Situación Actual en el Uso del Suelo en Comunidades Indígenas de la Región P'urhépecha 1976-2005*. CDI: México.

Greenpeace, (2010). *¿Qué cosecha de algodón?* Recuperado en www.greenpeace.org/espana/es/reports/que-cosecha-de-algod-n/ 36

González Vargas, C.A. (1989). ¿Artesanías tradicionales, artes populares? En busca de una terminología clarificadora. *Aisthesis*. (22), pp. 27-45.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA]. (2008). *El comercio Justo como alternativa para el desarrollo equitativo. Propuesta para una estrategia de fortalecimiento y consolidación del comercio justo en Colombia. Cuaderno técnico No. 38*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA].

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI], Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías [FONART], Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL]. (2018). *Artesanos y artesanías, una perspectiva económica*. México.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI]. (2019). *Cuenta Satélite de Turismo en México*.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2015). *Encuesta intercensal 2015*.

Instituto Nacional de los Pueblo Indígenas [INPI]. (2020). *Atlas de los Pueblos Indígenas*.

Instituto Oaxaqueño de las Artesanías [ARIPO]. (2020). Recuperado en <https://aripo.oaxaca.gob.mx/>

Ita Savi. (2020, 14 de agosto). *Home* [Página de Facebook]. Facebook. Consultado el 6 de septiembre de 2020. <https://www.facebook.com/Ita-Savi-Hilamos-Te%C3%B1imos-Tradici%C3%B3n-103887271406132>

Landa, D. (1986). *Relación de las cosas de Yucatán*, ed. de Garibay, A.M. Ciudad de México: Editorial Porrúa.

Lewin Fischer, P. y Sandoval Cruz, F. (2007). *Triquis. Pueblos Indígenas del México Contemporáneo*. Comisión Nacional para el Desarrollo de Los Pueblos Indígenas. México.

Keynes, J.M. (1936). *Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero*. México: FCE.

Mallorquín, C. (2013). *Relatos*. Ciudad de México, México: Plaza y Valdés.

Marín, E.M. (2013). Papel y potencialidades de la sociedad civil en la cooperación euro-latinoamericana. El caso de la Comunidad Andina. *Investigación & Desarrollo*. 21, (1), pp. 144-236.

Martínez Villanueva, L. (Jueves 23 de julio 2020). Entrevista vía telefónica.

Moré Olivares, E. (2017). Esbozo paradigmático de la teoría de la dependencia. Una perspectiva desde la economía del desarrollo. *Revista CIFE*. 31, (19), pp. 127-156.

Marini, R.M. (1973). *Dialéctica de la dependencia*. México: Ediciones Era.

Municipio de Pinotepa de Don Luis. (2011). Plan Municipal de Desarrollo 2011-2013. Recuperado en https://finanzasoxaca.gob.mx/pdf/inversion_publica/pmds/11_13/070.pdf.

Murillo, G. (1922), reimpresión 1980. *Las artes populares en México*. México: Instituto Nacional Indigenista.

Nava, D. (2018). Plagios a diseños de indígenas van en aumento. *El Financiero*.

Novelo Oppenheim, V. (1976). *Artesanías y capitalismo en México*. México: Centro de Investigaciones Superiores, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Novelo Oppenheim, V. (2005). Herencias culturales desconocidas, el caso del patrimonio industrial mexicano. *Cuadernos de Antropología Social*. (21), pp. 37-49.

Novelo Oppenheim, V. (1984). La cultura obrera, una contrapropuesta cultural. *Nueva Antropología*. 6 (23), pp. 45-55.

Novelo Oppenheim, V. (2016). ¿Todo es patrimonio cultural? Respuestas tentativas. En Rotman M. (coomp.) *Dinámicas de poder* (29-58). Buenos Aires, Argentina: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.

Organización de Estados Americanos. (1946). Tercera Conferencia de los Estados Americanos miembros de la Organización Internacional del Trabajo. ciudad de México.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (1997, octubre). *Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera"*. Manila, Filipinas.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2003). *Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial*.

Oxfam Intermón. (2017). Todo lo que necesitas saber del Comercio Justo.

Parra Hinojosa, Mónica. (2018). Proyecto Madejándola, una textilteca digital de resistencias silenciosas: narrativas multimedia sobre los textiles artesanales de América Latina. Tesis de maestría, Facultad de Artes y Diseño, UNAM.

Paz, O. (1988). El uso y la contemplación. *Revista de Camacol*. 11 (1), pp. 120-125.

Porter, M. (1997). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires, Argentina: Vergara Editores.

Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Estados Unidos: The Free Press.

Prebisch, R. (1993), Teoría dinámica de la economía (v), *Raúl Prebisch: Obras, 1919-1948* (Vol. 4), Buenos Aires, Argentina: Fundación Raúl Prebisch.

Región 6. Meseta Purépecha. *Plan de Desarrollo Integral del Estado de Michoacán 2015-2021*. Recuperado en: <http://foros.michoacan.gob.mx/region-6/#:~:text=Charapan%2C%20Cher%C3%A1n%2C%20Chilchota%2C%20Nahuatz en,%2C%20Tingambato%2C%20Uruapan%20y%20Ziracuaretiro.&text=Poblaci%C3%B3n%20Total%3A%20534%2C820%3B%20258%2C307%20Mujeres,encuentra%20en%20situaci%C3%B3n%20de%20pobreza>.

Rosas Sandoval, Y. O. (2016). *El papel de la artesanía textil Nanj nĩ'in (trqui) en el desarrollo económico y cultural de Chichahuaxtla, Oaxaca. Tesis de Maestría en Desarrollo Rural*. Unidad Xochimilco, Universidad Autónoma Metropolitana.

Rostow, W. W. (1960). *The stages of economic growth. A non-communist manifesto*. Nueva York, Estados Unidos: Cambridge University Press.

Sánchez Álvarez, C. (2018). *Comercio justo y economía social y solidaria: historia y evolución de sus instituciones de fomento. Equidad y Desarrollo*. 30, pp. 149-172.

Salvucci, Richard J. (1992). *Textiles y capitalismo en México. Una historia económica de los obrajes, 1539-1840*. Estados Unidos: Alianza Editorial.

Sayer, C. (1985). *Mexican Textiles*. British Museum Publications: Londres, Inglaterra.

Secretaría de Gobernación [SEGOB]. (1994). *NORMA Oficial Mexicana NOM-059-ECOL-1994, que determina las especies y subespecies de flora y fauna silvestres terrestres y acuáticas en peligro de extinción, amenazadas, raras y las sujetas a protección especial, y que establece especificaciones para su protección*. México. Recuperado en http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4695637&fecha=16/05/1994.

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT]. (2018). *Caracol púrpura pansa, resguardo del tinte inigualable mexicano que da vida a una cultura textil y ecológica*. México. Recuperado de <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/caracol-purpura-pansa-resguardo-del-tinte-inigualable-mexicano-que-da-vida-a-una-cultura-textil-y-ecologica>.

Serrano-Moya, E.D. (2017). Teoría económica del desarrollo: una relectura desde Raúl Prébisch y Albert Hirschman. *Revista de Antropología y Sociología: VIRAJES*, 19 (2), pp. 185-205.

Sichar, G y Cabrera, P. (2002). *Comercio Justo ¿una alternativa real?* Madrid, España: CIDEAL.

Símbolo de Pequeños Productores Global [SPP]. (2020). Recuperado en <https://spp.coop/>

Sistema Nacional de Información Cultural. (2017). *Cuenta Satélite de Cultura en México*. México.

Sistema Nacional de Información Cultural. (2018). *Participación en el valor agregado bruto por áreas generales y específicas*. México.

Sistema Nacional de Información Cultural. (2018). *Puestos de trabajo ocupados totales por áreas generales y específicas*.

Stuart Mill, J. (1951). *Principios de economía política*. México. FCE.

Sunkel, O. (1970). *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*. México: Siglo XXI Editores.

Telar de cintura, *Arqueología Mexicana*, edición especial 55, pp. 80-81. Recuperado de <https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/telar-de-cintura>.

Turok Wallace, M. (2013). Análisis social de los artesanos y artesanas en Latinoamérica. *Revista del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP*. (73), 22-29.

Turok Wallace, M. (1988). *Cómo acercarse a las artesanías*. México: Plaza y Valdés.

Turok Wallace, M. (2018). *Conferencia textiles y accesorios indígenas mexicanos: diseños, materiales, técnicas*. Presentada en la exposición Sheila Hicks: Hilos libres y sus raíces prehispánicas, 1954-2017, en Museo Amparo, Puebla, México.

Turok Wallace, M. (2015). *Un acercamiento al significado del Huipil ceremonial de Magdalena, Chiapas*, Presentada en el Club Retorio Campos Eliseos: México.

Turok, M. (septiembre, 2016). *Prácticas colaborativas y las perspectivas históricas: ponencia presentada en el Simposio de Diseño Artesanal y Contemporáneo: nuevos territorios hacia el futuro de las prácticas colaborativas en México*. Museo Amparo, Puebla, México.

Uanhasi (2020, 28 de julio). *Home* [Página de Instagram]. Instagram. Consultado el 20 de septiembre de 2020. <https://www.instagram.com/uanhasi/?hl=es-la>.

Ugalde Hernandez, O. (2019). "Political economy of fair trade and development theory: implications in the Costa Rican coffee market (1990-2017)". *Revista Relaciones Internacionales*. 92.2, pp. 13-32.

Valencia, F. (2017). México, tercer lugar a nivel mundial en elaborar artesanías. *El Heraldo*.

World Fair Trade Organization [WFTO]. (2020). Recupera-do en <https://wfto.com/>.

World Fair Trade Organization [WFTO]-Fairtrade Labelling Organization [FLO]. (2009). *Carta de los principios de Comercio Justo*.

Anexos

Tabla 1. Certificaciones vigentes de Comercio Justo

CERTIFICACIÓN QUE OTORGA FAIRTRADE INTERNACIONAL			
Nombre de la Certificación	Objetivo de la certificación	Objeto de la certificación (producto, proceso, etc.)	Criterios a evaluar
Comercio Fairtrade organizaciones pequeñas y productores comerciantes	Incluye a recolectores (as), cosechadores (as) de especies silvestres y se aplica a productores de semillas de karité, nuez de Brasil, nueces de argán, fruto de baobab, miel y café.	Productos*: -Café de azúcar -Cereales -Cacao -Café -Plantas para fibras (algodón sin desmontar) -Fruta fresca -Hierbas aromáticas, infusiones de hierbas y especias -Miel -Nueces -Semillas y frutas oleaginosas -Frutas y verduras conservadas y preparadas -Té -Vegetales	1.Requisitos generales: certificación, sellado y empaquetado, descripción del producto y composición de la organización. 2.Comercio trazabilidad, abastecimiento, contratos, uso de sellos de la marca Comercio Justo Fairtrade. 3.Producción: manejo de las prácticas de producción, protección ambiental, convenciones laborales. 4.Negociaciones y desarrollo: comercio sostenible, desarrollo potencial, democracia, participación y transparencia, prefinanciamiento y precios.
Comercio Fairtrade trabajadores contratados	Los requisitos de esta certificación garantizan que los empleadores paguen salarios dignos, aseguren el derecho a afiliarse a sindicatos y se cercioren de respetar la salud, la seguridad y los principios ambientales.	Productos*: -Flores y plantas -Fruta fresca -Vegetales frescos -Hierbas aromáticas e infusiones de hierbas -Semillas y frutas oleaginosas -Fruta conservada y preparada -Balones deportivos -Té	1.Requisitos generales: y compromiso con Fairtrade certificación y compromiso con Comercio Justo. 2.Desarrollo social: gestión de la Prima con Comercio Justo Fairtrade y creación de capacidades. 3.Condiciones laborales: no discriminación, no trabajo forzoso y obligatorio, trabajo infantil y protección de la infancia, libertad de asociación sindical y derecho a la negociación colectiva, condiciones de empleo, salud y seguridad en el empleo 4.Desarrollo ambiental: gestión ambiental, manejo de plagas, suelo y agua, desechos, organismos modificados genéticamente, biodiversidad, energía y emisión de gases con efecto invernadero. 5.Comercio: trazabilidad, abastecimiento, contratos, uso de marca registrada Fairtrade.

*FLO reconoce un estándar de criterios específicos para el comercio justo de cada producto de forma individual que corresponde a circunstancias propias de cada mercancía.
Fuente: elaboración propia con datos de Fairtrade International. (2019). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Organizaciones de pequeños productores*. Bonn, Alemania: Fairtrade International; Fairtrade International. (2014). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Trabajo Contratado*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Tabla 1. Certificaciones vigentes de Comercio Justo

CERTIFICACIÓN QUE OTORGA FAIRTRADE INTERNACIONAL		
Nombre de la Certificación	Objetivo de la certificación	Objeto de la certificación (producto, proceso, etc.)
Comercio Fairtrade producción contrato	Busca beneficiar a los pequeños productores trabajadores del Sur** para aumentar su acceso a los mercados; conducir a mejorar el bienestar social y económico de los pequeños productores y trabajadores e implementar la sostenibilidad del medio ambiente.	<p>Productos:*</p> <ul style="list-style-type: none"> -Flores y plantas -Fruta fresca -Vegetales frescos -Hierbas aromáticas e infusiones de hierbas -Semillas y frutas oleaginosas -Fruta conservada y preparada -Balones deportivos -Té
		<p>Órgano promotor</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Requisitos generales (certificaciones, productores registrados son pequeños productores) 2.Comercio (trazabilidad, suministro, contratos, uso de marca registrada Fairtrade) 3.Producción (sistema de monitoreo, protección medioambiental) 4.Condiciones laborales (no discriminación, libertad de trabajo, forzoso u obligatorio, trabajo infantil y protección a la infancia) 5.Negocios y desarrollo (potencial de desarrollo, democracia, participación y transparencia, no discriminación, precios justos, Prima de Comercio Justo) <p>Productores</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Requisitos generales (certificaciones) 2.Comercio 3.Producción (desarrollo ambiental, condiciones laborales) 4.Negocios y desarrollo (potencial de desarrollo, democracia, participación y transparencia, no discriminación, Prima de comercio Justo)

*FLO reconoce un estándar de criterios específicos para el comercio justo de cada producto de forma individual que corresponde a circunstancias propias de cada mercancía.
 **Los pequeños productores que no están organizados o que están organizados en estructuras informales pueden participar en el Comercio Justo si están asociados en una organización intermedia (exportador, productor, empresa privada, ONG u otros) que tenga la capacidad y esté dispuesta a apoyarlos. Esta organización intermedia, llamada órgano promotor, se compromete y tiene la responsabilidad de apoyar a los productores a organizarse en asociaciones de productores autónomos que a su debido tiempo pueden cumplir con los Criterios de Comercio Justo (WFTO) para Organizaciones de Pequeños Productores (WFTO, 2019)
 Fuente: elaboración propia con datos de Fairtrade International. (2016). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Producción por Contrato*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Tabla 1. Certificaciones vigentes de Comercio Justo

CERTIFICACIÓN QUE OTORGA FAIRTRADE INTERNACIONAL			
Nombre de la Certificación	Objetivo de la certificación	Objeto de la certificación (producto, proceso, etc.)	Criterios a evaluar
Comercio Justo para Fairtrade comerciantes	Integrar formalmente a los mecanismos de certificación a los comerciantes comprometidos con el sistema Fairtrade.	Productos de Comercio Justo Fairtrade de una de las siguientes categorías: -Compran o venden productos de Comercio Justo hasta su embalaje final. -Compran directamente a productos o son responsables de pagar o transmitir el precio o la Prima Fairtrade. -Empresas que han firmado acuerdo de licencia para usar una de las marcas registradas Fairtrade. -Empresas que trabajan con el modelo de ingredientes de origen Fairtrade para algodón.	1.Requisitos generales: derecho a comerciar Comercio Justo Fairtrade uso de la maca registrada Fairtrade. 2.Comercio trazabilidad documental, trazabilidad física, balance de masa, composición del producto. 3.Producción: derechos laborales, protección medioambiental. 4.Negociaciones y desarrollo: contratos, Precio y Prima de Comercio Justo Fairtrade, puntualidad en el pago, acceso a los fondos, información sobre abastecimiento y mercados para planificación, compartir riesgos, creación de capacidad, comercio con integridad.
Estandar Fairtrade climático	Criterio complementario a la Certificación de Gold Standard relativa a la reducción de emisiones de carbono y desarrollo sostenible. Esta certificación genera créditos de carbono a aquellos compradores interesados en producir un impacto positivo en la lucha contra el cambio climático y en el desarrollo	-Proyectos de adaptación al cambio climático (energías renovables o eficiencia energética, reducción de consumo de energía y nuevas oportunidades de generación de energía). -Actividades productivas y de mitigación al cambio climático. *Estandar adicional a la certificación Gold Standard.	1.Requisitos generales: certificación y derecho a comerciar, contabilidad de carbono, uso de marca Fairtrade. 2.Desarrollo social y de negocios: desarrollo organizacional, gestión de proyectos de Crédito de Carbono Fairtrade, adaptación al Cambio Climático. 3.Condiciones laborales: no discriminación, libres de trabajo forzoso u obligatorio, trabajo infantil y protección de la infancia, libertad de asociación, libertad sindical, negociación colectiva, condiciones de empleo, salud y seguridad en el empleo 4.Desarrollo ambiental: manejo de plagas, suelos, agua, residuos, cultivos modificados genéticamente, biodiversidad. 5.Comercio: contratos, aprovisionamiento, trazabilidad, acceso a prefinanciamiento, pagos adelantados, Precios y Prima Fairtrade, compromiso de los compradores finales.

*FLO reconoce un estándar de criterios específicos para el comercio justo de cada producto de forma individual que corresponde a circunstancias propias de cada mercancía.
Fuente: elaboración propia con datos de Fairtrade International. (2020). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade para Comerciantes*. Bonn, Alemania: Fairtrade International, Fairtrade International. (2015). *Criterio de Comercio Justo Fairtrade sobre el Clima*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Tabla 1. Certificaciones vigentes de Comercio Justo

CERTIFICACIÓN QUE OTORGA FAIRTRADE INTERNATIONAL		
Nombre de la Certificación	Objetivo de la certificación	Objeto de la certificación (producto, proceso, etc.)
Norma Fairtrade	Establecer requisitos que determinan la participación de los trabajadores a lo largo de toda la cadena de suministro textil en el sistema Fairtrade, para garantizar vida digna y capacitarlos para combatir la pobreza, fortalecer su posición y tomar control de sus vidas.	Proceso de producción de textiles
		<p>Criterios a evaluar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Requisitos generales y compromiso con Fairtrade: compromiso con el Comercio Justo, comité de cumplimiento, acceso a la auditoría, transparencia y sistemas de gestión. 2. Desarrollo social: fortalecimiento de la capacidad de los trabajadores. 3. Condiciones laborales: libertad de discriminación, libertad de trabajo forzado u obligatorio, trabajo infantil y protección infantil, libertad de asociación y negociación colectiva, condiciones de empleo (salarios, beneficios y horas de trabajo, salud y seguridad en el trabajo). 4. Responsabilidad ambiental: gestión de sustancias peligrosas, aguas residuales, emisiones al aire, consumo de energía, residuos y sistemas de gestión ambiental. 5. Comercio: trazabilidad, composición del producto y abastecimiento, contratos, compra de semillas de algodón, uso de marcas comerciales, comunicación de Comercio Justo, requisitos para propietarios de marcas.
Criterios para el oro y los metales preciosos asociados para la minería artesanal y en pequeña escala	Esta certificación busca actuar como incentivo para el desarrollo de las organizaciones de mineros artesanales y en pequeña escala (OMAPE), a fin de que puedan desarrollarse y generar condiciones de desarrollo en sus comunidades	Organizaciones de mineros artesanales y en pequeña escala
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Requisitos generales: certificación, calidad de miembro y sus límites, responsabilidades de la OMAPE, relaciones con las comunidades locales. 2. Comercio: trazabilidad, composición del producto, compra responsable e información del mercado, uso de la marca registrada Fairtrade. 3. Producción: gestión de las prácticas de producción, protección ambiental, gestión de sustancias tóxicas. 4. Negocios y desarrollo: potencial de desarrollo, democracia, participación y transparencia, no discriminación, prefinanciación y fijación de precios.

Fuente: elaboración propia con datos de Fairtrade International. (2016). *New fairtrade textile standard and programme aim to protect workers in the textile industry*. Recuperado en <https://www.fairtrade.org.uk/Media-Centre/News/Arch-2016/Textile-Standard>; Fairtrade International. (2013). *Fairtrade Standard for Gold and Associated Precious Metals for Artisanal and Small-Scale Mining*. Bonn, Alemania: Fairtrade International.

Tabla 1. Certificaciones vigentes de Comercio Justo

CERTIFICACIÓN QUE OTORGA WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION		
Nombre de la Certificación	Objetivo de la certificación	Objeto de la certificación (producto, proceso, etc.)
Estándar de Comercio Justo de WFTO (Guaranted Fair Trade)	Mejorar las prácticas de Comercio Justo en la cadena de suministro. Es una herramienta de responsabilidad y desarrollo para las organizaciones.	<p>Objeto de la certificación que se certifica.</p> <p>-Cadena de suministro.</p> <p>-Prácticas de organización que se certifica.</p>
		<p>Criterios a evaluar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de Oportunidades para los Productores Económicamente Marginados: responsabilidad de alta dirección, enfoque en Productores/trabajadores económicamente marginados, compromiso de mejorar las condiciones, negocio ético. 2. Transparencia y Rendición de Cuentas: organización y gobernanza, transparencia, comunicación y retroalimentación, toma de decisiones participativa, etiquetado de producto y declaraciones. 3. Prácticas de Comercio Justo: intención, compromisos comerciales definidos, pago y pre-pago, cancelación y trato con los problemas, relaciones comerciales a largo plazo, competencia justa, identidad cultural y respeto de las habilidades tradicionales y política de suministros. 4. Pago Justo: precios justos, salarios justos, salario digno local, costo del producto, proporción equitativa del precio al consumidor, proceso de negociación justa, información y capacitación. 5. Garantizar no trabajo Infantil y no trabajo forzoso: no trabajo infantil, protección a trabajadores jóvenes, participación de los niños de productores en la producción, no trabajo forzoso ni trata de personas. 6. Compromiso con la no discriminación, la Equidad de Género y el Empoderamiento Económico de las Mujeres y la Libertad de Asociación: no discriminación, igualdad salarial hombres/mujeres, selección equitativa de productores/proveedores, política de género, empoderar a las mujeres, violencia/acoso sexual en su organización, posición de las mujeres en la comunidad, trabajo y familia, mujeres embarazadas y madres primerizas, libertad de asociación, apoyo a organizaciones de trabajadores. 7. Garantizar Buenas Condiciones de Trabajo: evaluación y gestión de riesgos de salud y seguridad, capacitación en salud y seguridad e involucramiento de los trabajadores, condiciones seguras, prácticas de salud y seguridad de los productores, horas de trabajo, seguridad social mínima, seguridad social adicional, pago a los trabajadores y empleo regular. 8. Proporcionar Desarrollo de Capacidades: plan de capacitación, apoyo a proveedores de Comercio Justo, desarrollo de capacidades y educación de las organizaciones de Comercio Justo. 9. Promoción del Comercio Justo: promoción del Comercio Justo, incidencia en temas de Comercio Justo y participación de la WFTO, sistema de membresía confiable y afirmación en redes de Comercio Justo. 10. Respeto por el Medio Ambiente: fuentes sostenibles, técnicas de producción, gestión de residuos, política de compra, embalaje y envío.

Fuente: elaboración propia con datos de World Fair Trade Organization [WFTO]. (2020). Recuperado en <https://wfto.com/>

Tabla 1. Certificaciones vigentes de Comercio Justo

CERTIFICACIÓN SÍMBOLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES*		
Nombre de la Certificación	Objetivo de la certificación	Objeto de la certificación (producto, proceso, etc.)
Símbolo de Pequeños productores (SPP)	Mejorar las prácticas de Comercio Justo en la cadena de suministro e identificar los productos elaborados por pequeños productores a fin de garantizar que se cumple con los principios valores y precios mínimos	Organizaciones de Pequeños Productores
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización: democracia participativa, autogestión, colectividad, solidaridad, justicia, equidad, transparencia, confianza, pluralidad, respeto a las culturas locales 2. Economía: vida digna, producción y comercialización a pequeña escala, comercialización directa, calidad, precios sustentables, económica local. 3. Salud y medio ambiente: respeto al medio ambiente y respeto a la salud.

*Sello de garantía SPP fue creado el 1° de agosto de 2008 por la organización Símbolo de Pequeños Productores, A.C. y certifica especialmente a pequeños productores como agricultores o apicultores. Trabaja en alianza con la CLAC y aunque comenzó como una certificación regional para América Latina y el Caribe, actualmente el Sello SPP es identificado a nivel mundial.

Fuente: elaboración propia con datos de Símbolo de Pequeños Productores Global [SPP]. (2020). Recuperado en <https://spp.coop/>