

PYMES Y ARTESANÍAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

Flores Rosas Paulina (1), Del Carpio Ovando Perla Shiomara (2)

¹[Ingeniería en Gestión Empresarial, Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Serdán] | [pau-fr1@hotmail.com]

²[Departamento de Estudio Sociales, Campus Celaya Salvatierra, Universidad de Guanajuato] | [shiomarartesania@gmail.com]

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es analizar cómo las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), en el ámbito artesanal, son impulsoras de la economía familiar, local y comunitaria. Se acudió a una metodología cualitativa cuya técnica ha sido la revisión documental, consulta de fuentes impresas y digitales con producción científica respecto a las artesanías en el contexto nacional. En los resultados de este estudio, se señala que las micro, pequeñas y medianas empresas son actores importantes en el desarrollo productivo por su contribución al apoyo económico del desarrollo artesanal y la posibilidad de que, a través de ellas, sigan vivos elementos identitarios y culturales de las comunidades donde se realizan estos objetos artesanales. Potencializar las mipymes puede ser un camino para las artesanías que nacen con el objetivo de comercialización. Se concluye señalando que frente a aspectos tales como: la precariedad económica de los artesanos, la comercialización de los productos, la intermediación, los bajos precios, la competencia con productos industriales y otras dificultades relacionadas con la necesidad de mayor organización, comunicación y acuerdo entre los integrantes del gremio, resulta relevante la consideración de políticas públicas, específicamente, políticas industriales que apoyen a quienes se dedican a construir estas elaboraciones, desde donde se considere una dimensión social, que enriquezca a la dimensión instrumental y económica de esta forma de producción.

Abstract

The main objective of this research is to analyze how small and medium enterprises (SMES), in the craft field, are driving the economy family, local and community. He attended a qualitative methodology whose technique has been the documentary review, consultation of printed sources and digital with scientific production with respect to the crafts in the national context. The results of this study, pointed out that micro, small and medium-sized enterprises are important players in the development of production for its contribution to the economic support of the development and the possibility of , through them, continue living elements identity and cultural communities where these craft objects are made. Enhance MSMES can be a road for handicrafts that are born with the aim of marketing. Be concluded that opposite aspects such as: the economic precariousness of artisans, the marketing of products, the broking low prices, competition with industrial products and other difficulties related to the need for greater organization, communication and agreement between the members of the Guild, it is relevant to consideration of public policy, specifically, industrial policies o support those who are dedicated to build these elaborations, which is considered a social dimension, which enrich the dimension of this form of production and instrumental.

Palabras Clave

Artesanías; economía; pymes.

INTRODUCCIÓN

Pymes como impulsor económico

El objetivo principal de esta investigación es explorar cómo las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) son impulsoras de la economía familiar, local y comunitaria [1]. Para abordar este objetivo es importante realizar un análisis de la literatura al respecto. Ejercicio que permite señalar que se considera a las PYMES como una fuente crítica del desarrollo y crecimiento económico de un estado generador de empleo [2y 4].

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) son la caracterización más elocuente del tejido empresarial de cualquier país, sea desarrollado o subdesarrollado. Éstas suelen definirse de distintas maneras, Anderson (1999), por ejemplo, las refiere como: “Una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos prestando servicios en el mercado” [3]. También las pequeñas y medianas empresas, por definición de la Real Academia Española (RAE) son: “Empresas mercantiles, industriales, etc., compuesta por un número reducido de trabajadores, y con un moderado volumen de facturación”. Lo cual hace referencia a que los artesanos son actores importantes en el desarrollo productivo de cada región por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en la economía [4].

En el caso del estado de Guanajuato, durante 2014 se abrieron mil 514 micro pequeñas empresas, las cuales generaron 3 mil 352 empleos y se realizó una inversión privada de 235.6 millones de pesos [5]. Éstas han tenido impacto en el fomento de las artesanías.

En nuestro país, los artesanos pueden acudir al Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) y solicitar apoyo en alguna de sus

diversas vertientes. En el caso del estado de Guanajuato, observamos que sobresalen diversos oficios artesanales, dentro de los que sobresale la cocina tradicional, la cual se ha tratado de impulsar a través de diferentes eventos culturales y gastronómicos. Esto es así dado a su nombramiento y posicionamiento como la **Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica**. En fechas recientes (23-15 de septiembre de 2016) se ha efectuado, por ejemplo, la segunda edición del “Festival de la Enchilada”, organizado por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) Guanajuato, junto con la participación de cocineras tradicionales guanajuatenses, 14 restaurantes adheridos a CANIRAC y 3 universidades.

De acuerdo con el Informe Midiendo Regulaciones para Hacer Negocios (Doing Business, 2016) publicado por el Grupo Banco Mundial, que clasifica a las economías por su facilidad para hacer negocios, el estado de Guanajuato ocupa el 6º lugar en México como uno de los estados más enriquecidos en este sentido [6].

Las pymes juegan un papel importante dentro del sector artesanal porque tienen un impacto económico y presentan una serie de aspectos positivos ante el reto de competir en mercados cada vez más abiertos y globales. Dada a su cercanía al cliente, tienen una mejor posición en los mercados locales en los que se valora el trato personalizado y la relación más directa y humana. Son más flexibles para adaptarse a los cambios coyunturales de la economía y dan lugar a lo que mencionan Contreras, López y Molina (2011), al señalar que la dimensión sociocultural es importante para el desarrollo de las MIPYMES, pues, no sólo los aspectos económicos reflejan la fuerza y permanencia de dichas organizaciones [7]. Por ello cuando se analiza la estructura económica de cualquier estado se encuentra la coexistencia de empresas de distintas dimensiones y giros [8]. Aproximarnos a la estructura económica de distintos Estados, podemos encontrar sectores más dinámicos que otros, en los cuales se realizan actividades que cuentan con ventajas comparativas frente otros estados, sin embargo, en todos se encuentran micro, pequeñas y medianas empresas de

distintos rubros, entre ellas algunas empresas artesanales.

De acuerdo al Censo del 2014, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México existen más de 5 millones de empresas en las que trabajan más de 29 millones de personas. Del total de empresas, las MIPyMES constituyen el 99.8% de los empleos y éstos aportan el 35.9% a la economía nacional [9].

Por ello, las micros, pequeñas y medianas empresas representan el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado. De ahí surge la relevancia que revisten este tipo de empresas y la exigencia de vivificar su desempeño.

Artesanías y MIPyMES

Los que han logrado constituir empresas artesanales sobre la base de su espíritu empresarial están generalmente localizados en las áreas urbanas, también hay algunos locales donde ofrecen este tipo de artesanías, ya que cuentan con un mercado con mayor capacidad de consumo y no están sujetos a grandes cadenas de intermediación [10]. El 98% de las empresas son micro y pequeñas y, en su mayoría, cuentan con una infraestructura de tipo familiar.

Las características de estas empresas permiten que sean flexibles para adaptarse a requerimientos del mercado, cuentan con disponibilidad de mano de obra con habilidades artesanales y contribuyen, de manera importante, al desarrollo regional de diversas entidades.

El sector artesanal juega, pues, un papel valioso e importante en cada región dado a que cumple una función social y cultural que contribuye considerablemente al progreso de las economías [11].

Sobre la conceptualización de las artesanías, cabe señalar que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se refiere a ellas como productos artesanales 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 [12].

La artesanía puede ser vista como un proceso productivo en el que el trabajo manual del artesano supone la mayor parte del mismo. Bajo esta premisa, la artesanía es entendida como una actividad en la que, generalmente, el propio proceso productivo impone cuánto producir. Pero aún en este caso, la parte de proceso mínima que ha de ser manual para considerarlo una actividad artesana tampoco está perfectamente delimitada.

En el caso del estado de Guanajuato, como sucede en diferentes latitudes de nuestro país, podemos observar diversas ramas artesanales realizadas con múltiples objetivos: comerciales, suntuarios, de decoración, de uso personal, religioso, consumo personal y comunitario. En esa diversidad de objetos artesanales, podemos encontrar también alimentos provenientes de la cocina tradicional a los cuales aquí hacemos alusión como artesanías agroalimentarias (véase Alejo, Ruiz y Pérez, 2005) [13]. Estos alimentos se comercializan y constituyen la materia prima de pymes artesanales, en las que sobresalen la habilidad y destreza del factor humano. Allí podemos ubicar a las diferentes ramas artesanales en donde la competencia con las formas de producción industrial y con productos importados, el abaratamiento del trabajo hecho a mano, la poca valoración de las elaboraciones hechas por estos artífices, el desconocimiento que tienen los artesanos y artesanas respecto a canales de comercialización y la discriminación y exclusión, son grandes retos que lastiman al gremio y a sus productos. Ante este panorama no resulta extraño que artesanos y artesanas desarrollen estrategias y habilidades de innovación para volver sus productos más atractivos, con la esperanza de colocarlos en el mercado [14].

En el caso del estado de Guanajuato podemos encontrar empresas dedicadas a las artesanías como la Galería Artesanal Gourmet, en la cual se exhiben más de 2 mil productos de artesanías y alimentos, entre los que destacan: salsas, galletas, aderezos, dulces típicos, tequila, mermeladas, chocolates, nopales en escabeche, talla de

madera, metalistería, cerería, joyería, bisutería, artículos de decoración, entre otros.

Cabe mencionar que al comercializar las artesanías (agroalimentarias o de otras ramas artesanales) no pierden el valor artesanal porque se estén comercializando (pero no industrializando, es decir, no se realizan en masa y surgen de un proceso de inspiración y con sello identitario y comunitario). Por ello es que diversos autores señalan que no existe lo que se ha denominado industria artesanal, pues, se tiende a recurrir a este título para poder “engancha” al consumidor a un objeto que no necesariamente tiene ese “toque tradicional” que condensa aspectos culturales y cosmogónicos.

Zallo (1988) señala que la industria artesanal no existe; cuando una pieza artesanal pasa a ser producida en cantidades industriales deja de ser artesanal. Normalmente la industria multiplica piezas artesanales a su idéntica forma y elimina las variaciones que el artesano le plasma para crear diferencias entre ellas. Subráyese, entonces, que las artesanías condensan aspectos cosmogónicos, religiosos, culturales y sociales, por ello el artesano en los objetos que realiza da cuenta de aspectos culturales, emocionales y subjetivos expresados a través del trabajo que realiza [15]. Las piezas son únicas y nacen por inspiración, no por obligación.

Desafortunadamente, el artesano enfrenta varias problemáticas. Algunas de ellas son: la competencia que tiene con la producción industrial, ésta ocasiona que no puedan comercializar sus productos, que se minimice su valor social-cultural y que, al no obtener ingresos suficientes en la comercialización de sus productos, siga re-produciéndose la pobreza con la que muchos artesanos viven.

El fenómeno de brechas generacionales en torno a los oficios artesanales, es también motivo de reflexión. Turok y Bravo (2005), por ejemplo, distinguen las siguientes causas del declive del artesanado: Primera: Los bajos ingresos que se recibe en la venta de artesanías que enfrentan la competencia de otros productos en el mercado. Segunda: El deseo de muchos padres de que sus hijos estudien una carrera u obtengan un diploma “para que sean alguien (en la vida)”, lo que remite a los valores que impulsa nuestra sociedad. Tercera: El desapego e, incluso, rechazo a las

prácticas tradicionales, incluyendo las artesanías, en las instituciones escolares y educativas. Todo ello, aunado a otros factores, provoca que las artesanías tengan poco reconocimiento, además de que al ser elaborados con técnicas manuales y con poca tecnología industrial son asociados a lo obsoleto, a lo viejo, a lo atrasado, a lo caduco y se identifica con lo “no moderno” [16].

Potencializar las mipymes puede ser un camino para las artesanías que nacen con el objetivo de comercialización y que enfrentan, como ya se ha dicho, múltiples dificultades: en la comercialización, la intermediación, la competencia con artículos industriales, los bajos precios y los que tienen que ver con las complicaciones que muchos artesanos encuentran para conseguir materias primas y protección-seguridad social. En la producción industrial los objetos enfrentan otras situaciones, lo observamos por ejemplo en los materiales que se utilizan en su elaboración y en los canales de su comercialización [17]. Dígase también que el pequeño productor no puede competir con la producción a gran escala, pero sí en calidad de sus productos que superan, en mucho, los elaborados en serie.

Por todo lo dicho hasta ahora, es que consideramos que debemos hacer justicia a los artesanos y a sus elaboraciones, pues, viven en una serie de contradicciones. Muchas horas de trabajo y de esfuerzo físico, no son compensados en los precios que los compradores están dispuestos a pagar por la olla de barro, el textil colorido o las artesanías agroalimentarias de la cocina tradicional comunitaria, esto especialmente si hacemos alusión a los pueblos originarios de nuestro país [18].

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación es de tipo cualitativa, pues, como señala, Blasco y Pérez (2007), consiste en un modo de encarar el mundo empírico, señalando que en su más amplio sentido es la investigación que produce datos descriptivos como las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable. La técnica ha sido la revisión documental que, como indica Baena (1985), consiste en “la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de

documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información” [19].

Para la realización de estas reflexiones se consultaron artículos científicos, periódicos digitales y sitios web con temáticas referentes al concepto y vinculación de las pequeñas y medianas empresas, aspectos culturales de la producción artesanal y el impacto económico que tiene la comercialización de estas elaboraciones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas son actores importantes en el desarrollo productivo de la región por su contribución al apoyo económico del desarrollo artesanal y la posibilidad de que, a través de ellas, sigan vivos elementos identitarios y culturales de las comunidades donde se realizan estos objetos artesanales. Los que han logrado constituir empresas artesanales o también han emprendido algunos locales donde ofrecen este tipo de artesanías en su totalidad no se sabe si en realidad cuentan con un mercado con mayor capacidad de consumo o con grandes cadenas de intermediación.



IMAGEN 1: Artesanías agroalimentarias comercializadas en el mercado. Galería Artesanal Gourmet, es una de las PYMES artesanales.



Esquema 1: Elaboración propia a partir de Del Carpio, 2012 [16].

CONCLUSIONES

La producción artesanal es una expresión representativa de la cultura y de la identidad de las familias y comunidades donde se elaboran. Además, tiene una función instrumental al permitir la obtención de ingresos en dinero (aunque sean pocos y no compensen el esfuerzo y la dedicación del artesano).

Frente a aspectos tales como la precariedad económica de los artesanos, la comercialización de los productos, la intermediación, los bajos precios, la competencia con productos industriales y otras dificultades relacionadas con la necesidad de mayor organización y comunicación entre los artesanos, resulta relevante la consideración de políticas públicas, específicamente, políticas industriales que apoyen a quienes se dedican a construir estas elaboraciones, desde donde se considere una dimensión social, que enriquezca a la dimensión instrumental y económica del trabajo artesanal.

No hay canales de comercialización especializados en la artesanía, ya que el fabricante de estos bienes se encuentra con opciones para dar a conocer su oferta y tiene cierto grado de indefensión ante el cliente a la hora de fijar el precio de sus productos. Existen, pues, múltiples áreas de oportunidad cuando estudiamos a los artesanos y a sus artesanías. Hay muchas áreas fértiles para investigar, por ejemplo, sobre la competitividad, la productividad, el crecimiento económico de las artesanías, el desarrollo y la competencia con productos con tecnología industrial, el fenómeno de brechas generacionales en torno a estos oficios, la inversión migrante en las mipymes, el impacto del oficio en la salud de quienes lo realizan, la sustentabilidad, las formas de organización del gremio, los sistemas de calidad, las marcas colectivas y sobre la gran variedad de luchas que tienen en nuestro país los dueños de las manos que hacen alimentos artesanales, que tallan madera, que bordan un textil y que cuentan la historia de nuestros pueblos a través de los objetos que construyen con sus manos.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres: Pablo Flores Sánchez y Ma. De los Ángeles Rosas Trujillo. Al Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Serdán por permitirme asistir a este verano de investigación científica. Gracias a la Dra. Perla Shiomara del Carpio Ovando, por su asesoramiento.

REFERENCIAS

- [1] Del Carpio, P. S. (2015). Artesanías en Guanajuato posibles territorios para la empresa familiar. En C. López & M. Ríos (Coords.), *Estrategias Empresariales, Política industrial y competitividad en las MIPYMES* (pp. 119-127). México: Pearson Educación.
- [2] Inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. *Transaction publishers*, 55.
- [3] Batista, A. L., & Hernández, T. M. (2012). Las pymes y su espacio en la economía latinoamericana. *Málaga: Enciclopedia y Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas*.
- [4] Clifton, J., & Díaz-Fuentes, D. (2011). Organización para la Cooperación y del Desarrollo Económico: desafíos y Oportunidades para la Gobernabilidad Económica Global. *Revista de Economía Mundial*, (28).
- [5] Colín, M. (31 de marzo de 2015). Abren en Guanajuato 3,687 micro y pequeñas empresas en dos años. *El financiero*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/>
- [6] Business, D. (2016). Measuring regulatory Quality and Efficiency/World bank Group Flagship Report, 2016 14. Usha Rani Vyasulu Reddi. Primer Series on ICTD for Youth. Primer, 1, 12.
- [7] Contreras, R., López, A. y Molina, R. (2011). *Emprendimiento, dimensiones sociales y culturales en las mipymes*. México: Pearson
- [8] Navarro, M. d. (2014). *Las pequeñas y medianas empresas: un ejemplo de innovación*. Matanzas, Cuba: Unported.
- [9] INEGI, M (2014). *Pymes, porcentaje del crecimiento de empresas en México*. 19 de julio de 2017. Recuperado de: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-elcrecimiento-en-mexico.html>.
- [10] Alonso, J. (14 de Enero de 2015). Manos mágicas: Artesanías de Guanajuat. Obtenido de Manos mágicas: Artesanías de Guanajuat: <https://travelreportmx.com/artesantias-guanajuato/>
- [11] Portal Web, O. M. P. I. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. 19 de julio de 2017. Recuperado de: <http://www.wipo.int/portal/es/>
- [12] Unesco (1997). Simposio UNESCO/CCI *La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera*, Manila, 6-8 de octubre de 1997. Consultado el 07 de julio de 2015. Recuperado

de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

- [13] Alejo, S.; Herrera, C. y Ruiz, G. (2012). *Artesanías agroalimentarias. Alternativas posibles en el sur de Guanajuato*. Puebla: Altres Costa-Amic Editores y Universidad de Guanajuato.
- [14] Molina Sánchez, R., & Alejandra, C. S. (2014). *Emprendimiento y MIPIMES Nuevo Balance y Perspectivas*. México: Pearson Educación.
- [15] Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura* (Vol. 3). Ediciones Akal.
- [16] Del Carpio, P. (2012). *Las funciones psicosociales del trabajo artesanal en artesanos tsotsiles de La Ilusión, Chiapas, México*. Tesis de doctorado. Universidad Complutense de Madrid.
- [17] Contreras, R., López, A. y Ríos, M. (2011). Estructura genealógica de las empresas familiares y su relación de parentesco. En López, A., Contreras, R. y Molina, R. (Coords). *La empresa familiar como objeto de estudio* (pp.42-63). México: Pearson.
- [18] López, C., & Ríos, M. y. (2015). *Estrategias Empresariales, Política Industrial y Competitividad en las Mipymes*. México: Pearson Educación.
- [19] Ávila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Cuauhtémoc.