

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
IZTAPALAPA

C. S. H.

ADMINISTRACION

SEMINARIO DE INVESTIGACION

" LA COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS
DE CERAMICA VIDRIADA EN CAPULA MICHOACAN MEX. "

LIC. ADMINISTRACION

U. A. M. IZTAPALAPA

MARYCARMEN CANDANOSA GUZMAN ✓

M. REYNA GRANADOS SANCHEZ ✓

MINERVA E. GARCIA RODRIGUEZ ✓

JESUS FEDERICO MONTES CRUZ

DAVID MONROY RODRIGUEZ

NORMA VERONICA PUEBLA VILLA ✓

MARTIN HERNANDEZ GARDUÑO ✓

ABRIL 1986

I. INTRODUCCION

144248

El presente trabajo es el resultado de las experiencias y conocimientos adquiridos en los doce trimestres de la Licenciatura en Administración, en la Universidad Autónoma Metropolitana.

La finalidad de este trabajo es analizar las condiciones actuales del Sector Artesanal, aunque debido a su complejidad y extensión, nos avocaremos a la producción y comercialización de la cerámica vidriada, en el pueblo de Capula, ubicado en el estado de Michoacán.

Es importante dar un preámbulo de los aspectos que afectan directa o indirectamente a la rama de cerámica vidriada, por lo que los tópicos que se tratarán serán: planeación estratégica, TLC, y artesanías mexicanas.

La planeación es un elemento básico para todas las empresas, sin duda alguna es un aspecto relevante en el proceso administrativo; así como en la vida diaria, es decir, en las acciones que sin ser relevantes, requieren de una toma de decisiones y un control.

Por su parte las estrategias también son útiles; éstas se asocian generalmente con las tácticas de guerras -por su urgen-, sin embargo en la actualidad su aplicación no se restringe únicamente a un sector, sino que se aplica a otros aspectos; asociándolas con el entorno empresarial encontramos que son herramientas que nos permiten realizar programas de acción, ellas ayudan a alcanzar los objetivos de cualquier entidad; distribuyendo los recursos y esfuerzos de manera óptima.

La Planeación Estratégica representa un proceso continuo que genera la capacidad de dirección. En la presente investigación se intentará explicar cada elemento y fase que la componen. Así mismo se explicaran aspectos como: la estructura, formulación de planes, implantación, revisión, proceso racional de toma de decisiones, entre otros.

Una vez que se defina y estudie a la Planeación Estratégica, será importante considerar una situación que forma parte del entorno empresarial mexicano, a decir, el Tratado de Libre Comercio, ya que es un hecho que no únicamente afecta e influye a un sector, sino a toda la economía de nuestro país.

En la actualidad la economía mundial esta atravesando por diversos cambios significativos; En Europa nos encontramos con la

organización de diversos países para lograr un bloque económico europeo; en Asia, buscando también la supremacía comercial, otros países pretenden unificarse y formar la Cuenca del Pacífico; en América, Estados Unidos, Canadá y México se realizan diversas negociaciones para dar origen al Tratado; sin embargo, no se ha definido la intención de dichos países, pues todos pretenden obtener el dominio y ser una potencia mundial.

Las empresas mexicanas, para enfrentar las negociaciones del TLC, requieren cambiar la calidad de sus productos y/o servicios, para lograr la eficiencia, la eficacia y poder competir con las empresas extranjeras. Se deberá cambiar la ideología de los trabajadores y de los empresarios; en la presente investigación se intentará dar un panorama general de los que es el TLC, así como de sus implicaciones

Tomando en consideración lo anterior y para lograr nuestro objetivo se realizó un estudio práctico, en el lugar antes mencionado, que nos permitió obtener información específica a nuestro tema de estudio -la comercialización de la cerámica vidriada en Capula, Michoacán-, analizando de que manera le afecta el TLC y cómo lo enfrentará.

Para lograr nuestro objetivo se visitó la población de

Capula, en el estado de Michoacán, donde viven productores de cerámica vidriada; basándonos en un cálculo estadístico de una muestra del universo se obtuvo una muestra representativa (94 productores) a ésta se les aplicó un cuestionario el cual nos permitió conocer la situación real de la comercialización de la cerámica vidriada y compararla con la información oficial.

Una vez que se obtuvo la información se analizó y se procesó para concluir y aportar algunas alternativas que permitan mejorar las condiciones del sector que abarca nuestra investigación, y más aún a todos aquellos sectores que se encuentren en condiciones semejantes.

La justificación de porque se eligió este tema de investigación se debe a que México se ha caracterizado por su gran riqueza cultural en el ámbito artesanal, sin embargo el contexto comercial de éste último no ha tenido la suficiente difusión, pues se le ha dado prioridad a otros sectores (telecomunicaciones, transporte, automotriz, etc..). Debido a esto y con la entrada del TLC (Tratado de Libre Comercio), se prevé el fortalecimiento de dicho sector para enfrentar los retos y situaciones.

Consideremos que uno de los medios para lograr dicho

fortalecimiento del sector, es la comercialización, debido a esto la investigación se enfocó a ella.

El porqué se consideró a la comercialización, se debe a que es un aspecto que garantiza al consumidor la adquisición de la genuina y representativa artesanía del país, considerando también el apoyo que se otorga a los artesanos, gracias a la compra-venta de los productos.

La industria de la cerámica es una actividad económica que puede aportar grandes beneficios a la economía nacional; siempre y cuando se sepan aprovechar las ventajas del sector; con la entrada del TLC su mercado potencial crecerá.

Son pocas las investigaciones que se han hecho al respecto; quienes las han realizado son antropólogos o sociólogos, personas que le dan un enfoque histórico y social a las mismas. Debido a esto, nos resulta importante ahondar en el aspecto comercial, se cree que si se da una mejor proyección y publicidad a los productos artesanales, éstos pudieran ocupar un papel importante en las exportaciones.

De esta manera el trabajo quedó integrado por varias partes, la primera incluye la metodología que utilizamos en la planeación

de nuestra investigación, marcando objetivos y creando hipótesis que nos guiaron en la elaboración del cuestionario; la segunda parte abarca el marco teórico (información oficial) basada en fuentes documentales, aquí se abarcan todos los conceptos que se manejan en el trabajo (planeación, estrategia, planeación estratégica, comercialización, el TLC, el sector artesanal y la cerámica vidriada); la tercera parte muestra los resultados de la investigación apoyados en gráficas y expresiones matemáticas (porcentajes), por último se encuentran las conclusiones y algunas recomendaciones que van encaminadas al logro de mejoras.

Esperamos que este trabajo tenga una utilidad, para todos aquellos que lo lean, pero sobre todo para aquellos que tienen "en sus manos" la capacidad de poner en práctica nuestras sugerencias.

Por último agradecemos a la comunidad del pueblo de Capula por su participación, pues sin su valiosa ayuda la culminación de este trabajo no hubiese sido posible, por esta razón esperamos que los más beneficiados sean ellos -los productores-.

A. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La artesanía en México está considerada dentro de los sectores productivos del país, sin embargo, debido a factores socioeconómicos, políticos y culturales, su situación se encuentra muy por debajo del nivel de los demás sectores económicos.

Es de nuestro interés conocer aspectos determinantes por los cuales la artesanía no ha logrado la suficiente proyección, tanto nacional como internacional.

Enfocandonos principalmente a la parte productora, pues es el primer y más importante eslabón de una cadena consumidora de artesanías.

La atención de este segmento no ha sido muy pronunciada, a través de la investigación se confirmará el servicio, poco o suficiente, hacia los productores, principalmente en zonas no cercanas a las grandes ciudades, además de las instituciones que lo proporcionan.

El conocer si influye el que muchos productores se encuentren en zonas lejanas, aunado a la incapacidad de producir en volumen por tener talleres pequeños o desconocer el

agrupamiento entre ellos, y por lo tanto, su fuerza o influencia en la economía no es suficiente.

Los productores al vivir en condiciones no avanzadas pueden ignorar los métodos administrativos para determinar el costo de venta de sus productos, y retribuirles el inmenso valor de su trabajo.

Igualmente se ha notado que por medio de los canales de distribución sólo se promocionan los sectores más fuertes para los consumidores en general, como productos comestibles, maquinaria, transporte, etc. y son contadas las ocasiones en que se promocionan productos artesanales, a pesar de que están incorporados dentro de los sectores productivos del país.

Los artesanos forman un grupo productivo grande, la mayoría de ellos son trabajadores independientes, y su producción es muy limitada.

Al visitar cualquier región en el interior de la república; encontramos artesanías muy valiosas por su diseño u originalidad; sin embargo no se le da la debida importancia, tanto cultural como económica, pues la mayoría de las veces se pagan precios injustos, problema que se origina por el desconocimiento de los

productores del enorme valor que lleva consigo la artesanía, en el país como en el extranjero.

Pensamos que si existiera un fuerte apoyo a estos productores, ellos formarían un sector productivo, a nivel de tantos otros en el país, así como tener accesibilidad a los canales de distribución para la exportación, para reeditar tanto como el valor artesanal de cada pieza.

Las condiciones de los productores (ignorancia) pudiera ser una limitante hacia los financiamientos, además de que la mayoría por las condiciones en que viven, no son sujetos de crédito, por no tener algún bien que le interese a alguna institución como respaldo.

Por estas razones, nuestra investigación se enfocará totalmente a el apoyo que los productores reciben del gobierno e instituciones privadas, la accesibilidad de ellos hacia estos programas, la posible injusticia de los intermediarios aprovechándose de la ignorancia de los artesanos, la poca difusión hacia una rama más importante, ya que muestra nuestra raíces, además de que muchas razas indígenas han sido artesanos por generaciones.

B. VARIABLES.

*** DEPENDIENTES.**

- 1.- Condiciones de vida de los artesanos.
- 2.- Métodos para determinar el costo de los productos.
- 3.- Calidad de la producción artesanal.

*** INDEPENDIENTES.**

- 1.- Situación económica y social del país.
- 2.- Situación administrativa de los negocios del país.
- 3.- Programas de financiamiento a los diferentes sectores productivos.
- 4.- Situación de los mercados de materias primas para la elaboración de productos artesanales.
- 5.- La elaboración final del TLC.
- 6.- El nivel cultural de la población que integra el mercado mundial o internacional.
- 7.- Nivel de adquisición de los posibles clientes.

8.- Accesibilidad de los canales de distribución.

9.- Accesibilidad a la exportación de productos mexicanos.

10.- La aceptación de las artesanías mexicanas en los mercados nacionales e internacionales.

II. OBJETIVOS.

Objetivo general.

Conocer la situación real de la comercialización de los productos de cerámica vidriada, que se elaboran en Capula, Michoacán, para determinar sus causas y aportar recomendaciones que influyan en la mejora de ésta.

Objetivos específicos.

- Conocer la situación real del sector del sector cerámica, a través de fuentes documentales.

- Ubicar al sector en un contexto en el que interviene el Tratado de Libre Comercio.

- Indagar acerca de la comercialización de los productos de cerámica vidriada.
- Obtener la información necesaria que permita comprobar o refutar las hipótesis dadas.
- Conocer las estrategias de mercadotecnia que se utilizan o pueden utilizarse para el sector de la cerámica, especialmente la vidriada.
- Analizar el TLC, sus cláusulas y apartados que se refieren al sector investigado.
- Poder establecer algunas alternativas que permitan mejorar la situación del sector.
- Ampliar el estudio concerniente al sector en cuestión.

III. HIPOTESIS.

1.- Para la comercialización y producción, los productores de artesanías, especialmente los de cerámica vidriada, requieren de financiamientos.

- Para la comercialización y producción, los productores de artesanías, especialmente los de cerámica vidriada, no requieren de financiamientos.

2.- La publicidad de los productos de cerámica vidriada es fundamental para la comercialización de los productos.

- La publicidad de los productos de cerámica vidriada no es fundamental para la comercialización de los productos.

3.- Los artesanos están preparados para los requerimientos de los mercados extranjeros.

- Los artesanos no están preparados para los requerimientos de los mercados extranjeros.

4.- El Tratado de Libre Comercio contempla al sector artesanal, por lo cual les será más fácil a los productores de cerámica vidriada ingresar su mercancía a nuevos mercados.

- El Tratado de Libre Comercio contempla al sector artesanal, por lo cual les será más difícil a los productores de cerámica vidriada ingresar su mercancía a nuevos mercados.

5.- Los productores de cerámica vidriada se organizan para comercializar sus productos.

- Los productores de cerámica vidriada no se organizan para comercializar sus productos.

6.- La demanda de productos de cerámica vidriada, que producen los alfareros, es mayor en relación a la producción.

- La demanda de productos de cerámica vidriada, que producen los alfareros, es menor en relación a la producción.

7.- La poca utilidad que los alfareros obtienen de sus productos les permite cubrir sus necesidades primarias.

- La poca utilidad que los alfareros obtienen de sus productos no les permite cubrir sus necesidades primarias.

IV. IDENTIFICACION DEL UNIVERSO

Para efectos de nuestra investigación tenemos como universo el sector artesanal en el Estado de Morelia, Michoacán, específicamente en Capula.

Delimitamos nuestro universo, en base a ramas artesanales, sobre el registro de la pequeña y mediana industria, asimismo se tomaron en cuenta a las que no rebasaban los parámetros fijados para clasificar a la pequeña y mediana empresa.

En el presente estudio se proponen dos pasos importantes para la realización de la investigación.

- a) Investigación Teórica
- b) Investigación de Campo o Práctica.
- a) Investigación Teórica.

En esta investigación se recurrirá a bibliotecas para consultar libros y revistas especializadas en el tema, así como a trabajos anteriores realizados sobre la materia y a Instituciones de Banca, Fomento, etc.

Investigación de Campo. Para la aprobación o desaprobación de las hipótesis postuladas en este estudio de manera teórica, es

necesario llevar a cabo una investigación de campo dentro de la actividad que se analiza, lo cual permite comprobar de forma práctica si las hipótesis son ciertas o falsas. Esta investigación sigue una metodología, que es la aplicación de un cuestionario a una muestra del universo.

Existen en la República cerca de 4000 familias que se dedican al arte de la alfarería, divididas en distintos Estados en el siguiente forma:

ESTADOS	FAMILIAS
AGUASCALIENTES.....	30
GUANAJUATO	300
HIDALGO.....	30
JALISCO.....	600
ESTADO DE MEXICO.....	2000
NICHOACAN.....	300
OAXACA.....	500
PUEBLA.....	200
OTROS ESTADOS.....	40
	<hr/>
TOTAL	4000

A nivel general, ninguna familia dedicada a la cerámica

trabaja todo el año, debido a que tienen que dedicar determinado tiempo a la siembra; en algunas poblaciones las mujeres se dedican a producir objetos de cerámica, mientras los hombres se dedican a la agricultura; únicamente en algunas poblaciones ambos sexos se dedican al arte de la alfarería.

Puede calcularse, por término medio, que cada alfarero trabaja en este arte solamente 30 hornadas al año. Cada hornada deja un producto de 150 a 500 mil pesos.

El producto de una hornada no se obtiene de un solo golpe; del valor de este trabajo el alfarero tiene que comprar la materia prima, desde los ingredientes (arcilla, pintura) hasta la leña para la cocción.

En algunas lugares el barro lo adquieren los artesanos; otras veces para ahorrarse el gasto ellos lo consiguen.

El factor que determina el remate o lo barato de los objetos de cerámica es que la mano de obra no se toma en cuenta, muchas veces por desconocimiento, no pueden determinar los costos, no calculan el costo de mano de obra y por tanto no obtiene lo justo por sus objetos.

Las personas que adquieren los productos muchas veces abusan

de la ignorancia y buena fe de los artesanos, dándoles muy poco dinero por los objetos; el alfarero se contenta con un resultado ínfimo que le permita sobrevivir comprando únicamente lo necesario.

Como se había mencionado, los artesanos tiene como mercado, las poblaciones aledañas; algunas veces se aventuran a vender sus productos en mercados; algunas veces se aventuran a vender sus productos en mercados; recorren grandes distancias cargando en sus espaldas los objetos, llegan al centro de los poblados y se sientan a esperar a un cliente, este llega y regatea el precio; la necesidad de los artesanos es tanto que acepta lo poco que le ofrecen.

Resulta para algunos curiosos entender esta forma de comerciar, pero si analizamos la situación de pobreza en que viven los artesanos, nos damos cuenta de la situación precaria, de la maravillosa resistencia de los artesanos y ante todo el amor a su trabajo que los mantiene felices con la venta de sus productos, sin detenerse a cuestionar su situación.

A. DETERMINACION DE LA MUESTRA.

$$n = \frac{\alpha^2 Npq}{e^2 (N-1) + \alpha^{2pq}}$$

- α = Coeficiente de confianza
- N = Universo
- p = Probabilidad a favor
- q = Probabilidad en contra
- e = Error de estimación
- n = Tamaño de la muestra

Sustituyendo:

$$e=10\% \quad \frac{3.84 (200000) (.25) \quad 192000}{.01 (199999) + .96 \quad 2000.95} = 94.42$$

POBLACION ARTESANAL EN CAPULA, MICH.	% DE ERROR	RESULTADO EN CUESTIONARIOS
200,000	10	94

B) DISEÑO DEL CUESTIONARIO.

Para la obtención de información a requerir para nuestra investigación se diseñó un cuestionario (Anexo 1) por considerarse el procedimiento más adecuado para determinar diversas conclusiones sobre el tema objeto de la investigación.

El cuestionario se realizó en forma estructurada con preguntas abiertas cerradas y de opción múltiple, buscando con cada una de ellas un objetivo definido para el desarrollo del tema, utilizando además un lenguaje sencillo que facilitará accesibilidad en su manejo.

Las preguntas utilizadas para la estructuración del cuestionario se utilizaron por sus características, las cuales se mencionan a continuación:

a) Preguntas abiertas: son respuestas libres a las cuales el entrevistado contesta con sus propias palabras.

b) Preguntas cerradas: Son aquellas en donde no existe la libertad de opinión del entrevistado, simplemente se le dé a elegir entre varias opciones. Entre este tipo de preguntas tenemos a las dicotómicas, que son aquellas en las cuales solamente se admite una respuesta, sea afirmativa o negativa.

c) Preguntas de opción múltiple: Son aquellas que marcan varias posibilidades de opción para elegir una de ellas.

CUESTIONARIO

El cuestionario fue el medio instrumental de la entrevista para la investigación. Tiene como objetivo general recabar información entre los diversos ceramistas entrevistados a fin de determinar su grado de conocimiento sobre el TLC y como éste los va a afectar. Persigue asimismo alcanzar los objetivos específicos de las preguntas del cuestionario a través de cada una de las interrogantes que lo integran.

I.- MARCO TEORICO.

1.- PLANEACION.

1.1 CONCEPTO.

"La planeación es la actividad clave en las estrategias. Proporciona estructura común para todas las actividades de las estrategias. En consecuencia, debemos considerar la planeación como un proceso gerencial"¹

La planeación es el diseño de un futuro deseado y de las formas efectivas para lograrlo. Es un instrumento que emplea el que lo elabora y todos aquellos que desarrollarán sus actividades.

La planeación es hacer que ocurra el futuro, tiene variables controlables e incontrolables y su proceso implica decisiones interrelacionadas.

Tilles, da una definición más operacional al observar que <<un plan a largo plazo es una formulación de estrategia, escalonada en el tiempo, expresada en términos de requerimiento de recursos y flujos de fondo, y que representa un consejo del

¹ HUGHES, G. David, Mercadotecnia, Planeación estratégica, edit. Addison-Wesley Iberoamericana, pág. 16.

equipo de alta gerencia.

2.- ESTRATEGIA.

2.1 Concepto

"Se entiende como la capacidad para intervenir en un sistema complejo con información limitada y con ello poder producir un cambio predecible y deseable en el equilibrio del sistema."²

Los elementos necesarios para el desarrollo de una estrategia son:

- Núcleo vital de conocimientos.
- Integrar y examinar los conocimientos de un sistema dinámico e interactivo.
- Pericia al analizar las posibilidades, consecuencias, periodicidad y racionalidad de las estrategias.
- Imaginación y lógica para elegir alternativas adecuadas.
- Control sobre los recursos más allá de las necesidades inmediatas.
- Voluntad de privarse de los beneficios actuales para poder intervenir en el potencial a futuro.

No hay razón para esperar un cambio en el equilibrio

² Op. Cit. pp. 34

competitivo sin un plan que lo provoque.

Una estrategia de negocios debe lograr un equilibrio dinámico en constante cambio frente a numerosos enemigos o competidores.

Es decir debe lograr que se de una competencia continua.

2.2 Premisas de una Estrategia de Negocios.

-Problemas del desarrollo de una estrategia en una organización compleja.

-Problemas de ejecución de la estrategia en una organización compleja

-Problemas de información.

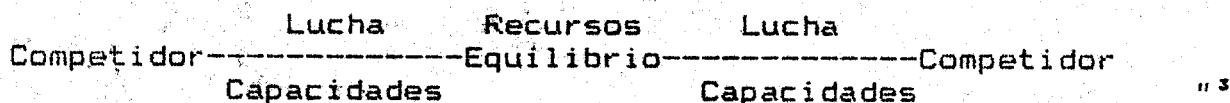
-Problemas de control en una organización con múltiples negocios compartiendo recursos comunes.

Requisitos fundamentales para el desarrollo de una estrategia específica de negocios.

-Autoexamen.

- Determinar competidores.
- Determinar diferencias entre competidores.
- Determinar factores que producen las diferencias en capacidades.
- Delineación de fronteras "cero ventajas.
- Delineación de características de recursos competitivos.

"Así podemos decir que la estrategias se da como producto de una competencia por tener acceso y control de los recursos limitados, para su producción constante.



2.3 La estrategia y su desarrollo.

La estrategia de una empresa se define por los siguientes elementos:

1. **Objetivos:** Se describe lo que se desea realizar la compañía para cumplir sus tareas. Deben estar basados en su funcionamiento financiero potencial, bajo las condiciones impuestas por la

³ BIERMAN, N. PLANEACION ESTRATEGICA, C.E.C.S.A. México, 1985, pp. 28

compañía, con los recursos asignados, y en las condiciones actuales del medio.

2. El campo de actividad producto-mercado en el cuál la empresa sitúa. Describe la búsqueda por parte de la empresa donde las oportunidades inheretemente rentables en el entorno externo.

3. Vector de crecimiento, es decir, la dirección en el cual se orienta la información de la firma a su vez en la fabricación y en las exportaciones.

4. Sus ventajas competitivas, debidas esencialmente a su política de innovación y de originalidad.

a) Ya sea en sus productos

b) En su método de producción

c) En sus métodos de venta y en la calidad de servicio ofrecido.

5. Su potencial de sinergia, o sea la amplitud de la empresa para triunfar en la actividad.

los componentes ya mencionados. son complementarios más que mutuamente excluyentes.

2.4 Requerimientos de estrategias para diferentes empresas.

Requerimiento mbito P-M Vector Sinergia Ventaja Objetivos

estrategia	crecimiento				
Operativa	X	X	X	X	X
Holding	X (?)			X	X
Inversiones					X

3.- PLANEACION ESTRATEGICA.

3.1 Concepto de Planeación Estratégica.

"La mayoría de los escritores en esta rama tiene sus propias definiciones, las cuales varían enormemente en cuanto al nivel de abstracción, sustancia y aceptación general. Considero que gran parte de estos escritores estarían de acuerdo que la planeación estratégica debería describirse desde varios puntos de vista para que sea comprendida en forma más profunda. Personalmente defino ala planeación estratégica formal considerando cuatro puntos de vista diferentes, cada uno de los cuales es necesario para entenderla."⁴

El Porvenir de las Decisiones Actuales.

Esto significa que la planeación estratégica observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, director. Si a este último no le agrada la perspectiva futura, la decisión puede cambiarse fácilmente. La planeación estratégica

⁴ Op. Cit. pp. 34

también observa las posibles alternativas, éstas se convierten en la base para tomar decisiones presentes. La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

3.2 Proceso de Planeación Estratégica

La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y como debe realizarse, quién lo llevara a cabo, y qué se hará con los resultados.

"La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida en base en una realidad entendida. Para la mayoría de las empresas la planeación estratégica representa una serie de planes producidos después de un periodo

de tiempo específico, durante el cual se elaboraron los planes. "5

También debería entenderse como un proceso continuo, especialmente en cuanto a la formulación de estrategias, ya que los cambios en el ambiente del negocio son continuos. La idea es que los planes no deberían cambiarse a diario, sino que la planeación debe efectuarse en forma continua y ser apoyada en acciones apropiadas cuando sea necesario.

Estructura.

"Un sistema de planeación estratégica formal une tres tipos de planes fundamentales, que son: Planes estratégicos, programas a mediano plazo, presupuestos a corto plazo, y planes operativos.

El concepto de una estructura de planes también se expresa en la siguiente definición: La planeación estratégica es el esfuerzo sistemático y más o menos formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía."6

5 Op. Cit. pp. 42

6 HUGHES, D. Op. Cit. pp. 27

3.3 Modelo Conceptual de la Planeación Estratégica.

Un modelo conceptual es aquel que presenta una idea de lo que algo debería ser en general, o una imagen de algo formado mediante la generalización de particularidades. A cambio un modelo operativo es el que se usa en realidad en las empresas. Un modelo conceptual claro representa una herramienta poderosa, ya que proporciona la guía adecuada para un funcionamiento adecuado en la práctica.

El modelo conceptual presentado en el anexo está dividido en tres secciones principales: premisas, formulación de planes, implantación y revisión.

Premisas de planeación.

Están divididas en dos tipos: el plan para planear, y la información sustancial necesaria para el desarrollo e implantación de los planes.

Antes de llevar a cabo un programa estratégico de planeación es importante que las personas involucradas en él tengan un amplio conocimiento de lo que tiene en mente el alto directivo y cómo opera el sistema. Esta guía está incorporada en un plan para planear, el cual puede ser oral, aunque usualmente es escrito, para su distribución general.

Las premisas esenciales de la planeación se muestran en los cuatro cuadros en línea vertical. La información acumulada en estas áreas algunas veces es llamada "análisis de situación", pero también se usan otros terminas para denominar esta parte de la planeación.

Ninguna organización, no importando cuan grande o lucrativa sea, puede examinar en forma minuciosa todos los elementos que posiblemente están incluidos en el análisis de la situación. Es por esto que cada organización debe identificar aquellos elementos -presentes, pasados, y futuros-, que son de gran importancia para su crecimiento, prosperidad y bienestar y debe concentrar su pensamiento y sus esfuerzos para entenderlos. Otros elementos que se pueden considerar en esta parte del proceso de la planeación aunque pueden ser estimados sin ser investigados o sacados de documentos publicados al respecto.

Para las compañías más grandes es importante en la planeación estratégica, saber cuáles son los intereses de sus principales elementos, y cómo se espera que cambien. Para una compañía muy pequeña el enfoque puede ser, por completo, el interés de los accionistas, pero para una empresa grande otros intereses deben ser reconocidos.

Los directivos y empleados de las organizaciones tienen intereses que también deben ser apreciados y considerados en el proceso de planeación estratégica.

En base a los datos archivo está incluida la información acerca del desempeño pasado, la situación actual y el futuro. Esta información es esencial para ayudar a aquellos encargados de la planeación para identificar los cursos de acción alternativos y para evaluarlos adecuadamente. Existen diferentes tipos de información pasada, recopilada que son: ventas, utilidades, rendimiento sobre acciones, participación en el mercado, productividad de los empleados, relaciones públicas y capacidad para desarrollar un producto. Además la información acerca de la situación actual, incluiría asuntos tales como: capacidad directiva, habilidades de los empleados, competencia, imagen corporativa, demandas sociales a la empresa, intereses de los principales clientes y aceptación del producto. La información acerca del futuro abarcaría: pronósticos de los mercados, ventas, tendencias de interés particular para la organización (por ejemplo: población, problemas internacionales y reglamentos gubernamentales).

Un propósito principal de la planeación estratégica consiste en descubrir las oportunidades y peligros futuros para elaborar

planes ya sea para exportar o evitarlos.

Formulación de Planes.

En cuanto a conceptos y con base en las premisas antes mencionadas, el siguiente paso en el proceso de planeación estratégica es formular estrategias maestras y de programas. Las estrategias maestras se definen como misiones, propósitos, objetivos y políticas básicas; mientras las estrategias de programa se relacionan con la adquisición uso y disposición de los recursos para proyectos específicos, tales como la construcción de una nueva planta en el extranjero.

"En esta parte de la planeación nos dedicamos a fines más importantes y fundamentales buscados por la compañía y a los enfoques principales para lograrlos. el asunto a tratar incluye cualquier asunto importante y de interés para una empresa, por ejemplo: utilidades, gastos importantes, participación en el mercado, organización, precios, producción, mercadotecnia, finanzas, relaciones públicas, personal capacidades tecnológicas, mejoramiento del producto, investigación y actividades políticas, entre otros."

A diferencia de la programación a mediano plazo no existe un

enfoque modelo para planear en esta área. Lo que se hace depende de los deseos de los directores en un momento dado, los cuales a su vez, son estimulados por las condiciones a las que se enfrenta la empresa en un momento preciso.

La programación a mediano plazo es el proceso mediante el cual se prepara y se interrelacionan planes específicos funcionales para mostrar los detalles de como se debe llevar a cabo la estrategia para lograr objetivos, misiones y propósitos de la compañía a largo plazo.

Por supuesto, el siguiente paso es desarrollar los planes a corto plazo con base en los planes a mediano plazo. En algunas organizaciones los números obtenidos durante el primer año de los planes a mediano plazo son los mismos que aquellos logrados con los planes operativos anuales a corto plazo aunque en otras empresas no existe la misma similitud. Los planes operativos actuales serán mucho más detallados que los planes de programación a mediano plazo.

Implantación y Revisión.

Una vez que los planes operativos son elaborados deben ser implantados. El proceso de implantación cubre toda la gama de actividades directivas, incluyendo la motivación, compensación, evaluación directiva y procesos de control.

Los planes deberán ser evaluados y revisados. No existe mejor manera para producir planes por parte de los subordinados que cuando los altos directivos muestran su interés profundo en éstos y en los resultados que pueden producir.

Cuando fue desarrollada por primera vez la planeación formal de la década de los cincuenta, las compañías tendían a hacer planes por escrito y no revisarlos hasta que obviamente eran obsoletos. En la actualidad, la gran mayoría de las empresas pasa por un ciclo anual de planeación, durante el cual se revisan los planes. Este proceso debería contribuir significativamente al mejoramiento de la planeación del siguiente ciclo.

Flujos de Información y Normas de Evaluación y Decisión.

Los flujos de información simplemente deben transmitir el punto de que la información fluye por todo el proceso de planeación.

Por supuesto que este flujo difiere enormemente, dependiendo de la parte del proceso a la que sirve y del tema de la información.

En todo proceso de planeación es necesario aplicar las normas de decisión y evaluación.

3.4 Cuando y Donde se da la Planeación Estratégica.

No existen indicadores específicos que nos revelen el momento apropiado para aplicar la Planeación Estratégica en el negocio.

Sin embargo, algunas sugerencias para detectar cuándo puede aplicarse son:

-Realizar un análisis objetivo para saber dónde empezarse, en lugar de hacer primero lo más sencillo.

-Iniciar a partir de los puntos más valiosos.

Hay que evitar actuar bajo condiciones de incertidumbre antes de contraer compromisos.

-Tratar de resolver las dudas a la mayor brevedad posible siempre que el costo resulte adecuado.

-Prevenir que se den a conocer los planes de la organización a la competencia.

Ambitos donde se puede aplicar: mercadotecnia, Política gubernamental, Producción, Finanzas, Recursos Humanos, Economía, Vida personal etc.

3.5 Limitaciones de la Planeación Estratégica.

A pesar que la Planeación Estratégica es una manera moderna de enfrentarse a los problemas actuales y futuros de la empresa, no deja de tener limitaciones.

La dirección puede creer que la Planeación Estratégica trae con sí innovaciones que pudieran dar lugar a inestabilidades en el personal por la creación de ambigüedades, temores etc; ocasionando la resistencia al cambio.

Asimismo los altos ejecutivos pueden considerarla como la fuente de una serie de conflictos entre las divisiones de la organización.

El directivo se resiste al aumento de sus responsabilidades originadas por la introducción del nuevo sistema en el negocio, amén de que pudiera conducirle a su fracaso profesional.

El ejecutivo no posee los elementos cognocitivos necesarios para introducir a ésta en la organización, por lo que la rechaza. La planeación estratégica pudiera ser considerada como generadora de incertidumbre, siendo que por el contrario, ésta la disminuye en la práctica.

Inhabilidad de la dirección para adecuar la Planeación Estratégica correctamente al medio ambiente de la organización.

la dirección tiende a rechazarla por considerarla una disciplina estratégica rigurosa.

Generalmente resulta costosa, por lo que la dirección teme no obtener los beneficios esperados suficientes para que valga la pena su implantación.

Los pronósticos de los cuales se basa pueden estar equivocados, trayendo desajustes en los presupuestos de la organización.

No puede librar de una crisis a una compañía, ya que no es una medida correctiva, sino preventiva.

Muchas veces no alcanza superar la inestabilidad económica del mundo de los negocios.

En realidad, existen un sinnúmero de limitante, sin embargo creemos que las más significativas son las anteriormente señaladas.

Por último mencionaremos que en cualquier planeación estratégica el punto culminante para la ejecución de los programas es la toma de decisiones y el proceso propuesto racional propuesto para cualquier problema que pueda existir dentro de la organización.

4.- COMERCIALIZACION.

4.1 DEFINICION.

La comercialización es la actividad central de un almacén de departamentos. El comprador minorista es la contraparte del gerente de producción en la manufactura y del ejecutivo de cuentas en publicidad. Los compradores son responsables de evaluar el mercado, de determinar la posición del departamento, seleccionar las fuentes de mercancías, comprar, organizar la exhibición de las mercancías, fijar precios y determinar rebajas.

"Así pues, el comprador es el planificador de mercadotecnia para un departamento. El departamento probablemente se dirigirá como un centro de utilidad sobre una base de temporada a temporada, para que el comprador sea siempre responsable de una meta de ganancia. El comprador informa a un gerente de división de comercialización, la contraparte minorista del gerente de productos agrupados."⁶

5.- TRATADO DE LIBRE COMERCIO.

5.1 ANTECEDENTES.

5.1.1 EL ABC DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

Un Tratado de Libre Comercio (T.L.C) es un acuerdo entre dos o más países para eliminar barreras comerciales entre ellos.

⁶ GREBER, E. TRATADO DE CERAMICA, 2a. ed., Gustavo Guilli, Barcelona, 1965, pp. 47

La eliminación de barreras comerciales entre ellos.

1. Aumentar las exportaciones
2. Aumentar las inversiones
3. Aumentar los empleos
4. Aumentar los salarios

Existen cuatro razones del porque del tratado con Estados Unidos y Canadá:

1. Estados Unidos es nuestro mayor mercado, sin embargo muchos productos mexicanos enfrentan obstáculos para ingresar a ese país.

2. Canadá es un socio comercial importante de México además ya suscribió un TLC con Estados Unidos.

3. Creará la zona de libre comercio más grande del mundo.

4. Elevará el nivel de vida de los mexicanos.

ESTADOS UNIDOS HA SIDO EL MAYOR MERCADO PARA EL PRODUCTO DE LOS MEXICANOS.

"El comercio con este país ha ocupado un papel preponderante desde finales del siglo pasado. En 1890 el 69% de nuestras exportaciones ya se destinaban al mercado estadounidense y de él provenía poco más de la mitad 56% de nuestras compras externas."

En el siglo XX México realizó profundas transformaciones.

Información proporcionada por NAFIN.

De la revolución de 1910 emergió un país dinámico y pujante que tránsito de una economía, predominantemente agrícola, a una industrial que ocupa hoy el decimoquinto lugar entre las naciones del mundo.

Gracias a la apertura comercial realizada en la década de 1980, México se convirtió en un exportador de productos no petroleros. Las exportaciones totales de México, incluyendo maquila, ascendieron a 41,122 millones de dólares en 1990.

De este total, el 73% se dirigió a Estados Unidos, lo que hace de México su tercer socio comercial después de Canadá y Japón.

En 1990, las principales importaciones de México a Estados Unidos por su valor, fueron combustibles y aceites minerales, vehículos, automóviles, turbinas y artefactos mecánicos, material eléctrico, legumbres y hortalizas.

México es primer proveedor en Estados Unidos en televisores de color, radiograbadoras, circuitos impresos, cinturones de seguridad, conductores eléctricos, aparatos eléctricos, ganado bovino, cobre, tequila, sorgo, zinc, entre otros productos.

144248

5.1.2 BARRERAS ARANCELARIAS

"Sin embargo, muchos productos mexicanos enfrentan barreras para ingresar a Estados Unidos. Un TLC las eliminaría en forma gradual:

1. Las barreras arancelarias son los impuestos que encarecen los productos mexicanos en el mercado norteamericano.

2. Las barreras llamadas no arancelarias son las cuotas y restricciones sanitarias."¹⁰

La producción de muchos bienes, como los textiles, no pueden exportarse en su totalidad ya que existen cuotas norteamericanas que no pueden rebasarse.

El mejor ejemplo de las restricciones sanitarias, aplicadas en forma injustificada, lo constituye el aguacate: México lo exporta a Europa pero no a Estados Unidos porque hace mucho hubo una plaga (gusano barrenador) y aunque se erradico, subsiste la restricción sanitaria.

3. La aplicación unilateral de medidas con fines proteccionistas, como puede ser el aumento de aranceles obstaculizan el acceso de nuestros productos.

¹⁰ Información proporcionada por NAFIN.

5.1.3 PORQUE UN TLC CON CANADA

Canadá constituye un mercado de gran potencial para México tanto en materia comercial como de inversiones.

México es el principal proveedor de Canadá entre los países en desarrollo y el noveno a nivel global.

Las exportaciones de México al Canadá han pasado de 1,163 millones de dólares canadienses a 1,730 en el período 1986-1990 lo que representó una tasa de crecimiento anual del 10.4%

Por su valor, los principales productos que México exporta a Canadá son: motores, partes de carrocería, procesadores digitales, cables eléctricos, automóviles, petróleo, grabadoras, televisores y equipo para computadoras.

"Un TLC entre México, Canadá y Estados Unidos creará la zona de libre comercio más grande del mundo con 356 millones de habitantes y un producto interno bruto (PIB) de 6 millones de dólares. Superaría a la Comunidad Europea y a la Cuenca del Pacífico.

Es importante crear la mayor zona de libre comercio. La

competencia internacional se agudiza, los países se agrupan para sumar esfuerzos y los que no lo hagan se atrasarán."¹¹

La revolución científica y tecnológica permite producir mayores cantidades de bienes, mejor hechos y más baratos que compitan con todos los mercados. Para lograrlo los países necesitan:

- Reglas claras y permanentes que aseguren un clima de confianza.
- Acceso a tecnologías variadas.
- Acceso a tecnologías variadas.
- Sumar y aprovechar las ventajas de cada país.
- Especialización en la producción de ciertos productos
- Mercados amplios que permitan bajar el costo por unidad producida.

5.1.4 EL TLC Y LA VIDA DE LOS MEXICANOS

América del Norte podrá producir más barato, con mejor calidad y vender en todo el mundo. En otras palabras, la competitividad de la zona de libre comercio de América del Norte en su conjunto será mayor, que la de cada país en lo individual.

¹¹ Información proporcionada por NAFIN.

La experiencia de España y Portugal, cuando ingresaron a la Comunidad Europea, mostró que éstos fueron los países que más rápidamente se beneficiaron de la vinculación a un espacio económico ampliado. En España crecieron las inversiones de todos los países, incluyendo los ajenos a la Comunidad, para aprovechar las nuevas oportunidades, aumentaron las exportaciones y se crearon nuevos empleos, más productivos y mejor remunerados.

"El TLC respetará irrestrictamente el texto Constitucional y guardará congruencia con todas sus disposiciones. La fortaleza económica que se logrará permitirá cumplir con los fines básicos de la Constitución: consolidar la soberanía, promover el desarrollo y alcanzar la justicia."¹²

El TLC compatible con las disposiciones del GATT para favorecer el comercio mundial y evitar la creación de "fortalezas económicas".

Entrará en vigor en forma paulatina para evitar traumas a la planta productiva mexicana y establecerá mecanismos para la solución de diferencias.

Las leyes laborales y las disposiciones para la protección

¹² Información proporcionada por NAFIN.

del medio ambiente se harán cumplir a las plantas industriales en México. Así tendremos trabajos limpios y bien remunerados.

5.1.5 OBJETIVOS Y OTRAS DISPOSICIONES INICIALES

Las disposiciones iniciales del TLC establecen formalmente una zona de libre comercio entre México, Canadá y Estados Unidos, de conformidad con el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Estas disposiciones proveen las reglas y los principios básicos que regirán el funcionamiento del tratado y los objetivos en que se fundará la interpretación de sus disposiciones.

Los objetivos del tratado son:

Eliminar barreras al comercio

Promover condiciones para una competencia justa

Incrementar las oportunidades adecuadas a los derechos de propiedad intelectual

Establecer procedimientos efectivos para la aplicación del Tratado y la solución de controversias.

Así como fomentar la cooperación trilateral, regional y multilateral

Los miembros del TLC lograrán estos objetivos mediante el cumplimiento de los principios y reglas del tratado, como los del trato nacional, trato de nación más favorecida y transparencia en los procedimientos.

Cada país rectifica sus respectivos derechos y obligaciones derivados del GATT y de otros convenios internacionales.

5.2 REGLAS

5.2.1 REGLAS DE ORIGEN

El TLC provee la eliminación de todas las tasas arancelarias sobre los bienes que sean originarios de México, Canadá y Estados Unidos, en el transcurso de un período de transición.

Para determinar cuales bienes son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial son necesarias reglas de origen.

"Las disposiciones están diseñadas para:

Asegurar que las ventajas del TLC se otorguen solo a bienes producidos en la región de América del Norte y no a bienes que se elaboren total o en su mayor parte en otros países.

Establece reglas claras y obtener resultados previsibles

Reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del tratado."¹³

Las reglas de origen disponen que los bienes se considerarán originarios de la región cuando se produzcan en su totalidad en los países de América del Norte. Los bienes que obtengan materiales que no prevengan de la zona también se considerarán originarios, siempre y cuando los materiales ajenos a la región sean transformados en cualquier país socio del TLC. Dicha transformación deberá ser suficiente para modificar su clasificación arancelaria conforme a las disposiciones del tratado.

"En algunos casos además de satisfacer el requisito de clasificación arancelaria, los bienes deberán incorporar un porcentaje específico de contengo regional. El TLC contiene una disposición similar a la existente en el acuerdo de libre comercio entre Canadá y EU (ALC); que permite considerar los bienes como originarios, cuando el bien terminado se designe específicamente en la misma subpartida arancelaria que sus componentes y cumpla con el requisito de contengo regional."¹⁴

¹³ Información obtenida de NAFIN.

¹⁴ Folletos de NAFIN.

El porcentaje de contenido regional podrá calcularse utilizando el método de valor de transacción o el de costo neto.

El método de valor de transacción se basa en el precio pagado o pagadero por un bien, lo que evita recurrir a sistemas contables complejos. El método de costo neto sustrae el costo total del bien, los costos por regalías, promoción de ventas, empaque y embarque. En este último método se limita la carga financiera que se puede incluir en el cálculo.

Por lo general, los productos tendrán la opción de utilizar cualquiera de los dos procedimientos; sin embargo, el costo neto deberá utilizarse cuando el de valor de transacción no sea aceptado conforme al código de valoración aduanera del GATT o para algunos productos.

Una cláusula de mínimos evita que los bienes pierdan la posibilidad de recibir trato preferencial por el sólo hecho de contener cantidades muy reducidas de materiales "no originarios".

Conforme a esta cláusula, un bien que en otras circunstancias no cumplirá con una regla de origen específica, se considerará originario de la región, cuando el valor de los materiales ajenos a ésta no exceda el 7% del precio o del costo total del bien.

5.2.2 ADMINISTRACION ADUANERA

Con el propósito de asegurar que sólo se otorgue trato arancelario preferencial a los bienes que cumplan con las reglas de origen, y de que los importadores, exportadores y productores de los tres países obtengan certidumbre y simplificación administrativa, el TLC incluye disposiciones en materia aduanera que establecen:

"Reglamentos uniformes que aseguran la aplicación, administración e interpretación congruente de las reglas de origen.

Un certificado de origen uniforme, así como requisitos de certificación y procedimientos a seguir por los importadores y exportadores que reclamen trato arancelario preferencial

Requisitos comunes para la contabilidad de dichos bienes

Reglas, tanto para importadores como exportadores como para las autoridades aduaneras, sobre la verificación del origen de los bienes.

Resoluciones previas sobre el origen de los bienes emitidas por la autoridad aduanera del país al que vayan a importarse.

Que el país importador otorgue a los importadores en su territorio y a los exportadores y productores de otro país del TLC, sustancialmente los mismos derechos que los otorgados para solicitar la revisión e impugnar las determinaciones de origen y las resoluciones previas.

Un grupo de trabajo trilateral que se ocupará de modificaciones ulteriores a las reglas de origen y a los reglamentos uniformes.

Plazos específicos para la pronta solución de controversias entre los tres países signatarios, entorno a reglas de origen."¹⁵

5.3 COMERCIO DE BIENES

5.3.1 TRATO NACIONAL

El TLC incorpora el principio fundamental del trato nacional del GATT.

Los bienes importados a un país miembro del TLC, de otro de ellos, no serán objeto de discriminación. Este compromiso se extiende también a las disposiciones provisionales y estatales.

¹⁵ Información obtenida de NAFIN.

5.3.2 ACCESO A MERCADOS

Estas disposiciones establecen las reglas relativas a los aranceles y otros cargos, así como a restricciones cuantitativas entre las que se encuentran cuotas, licencias, permisos y requisitos de precios a importaciones o exportaciones que regirán al comercio de bienes. Así mismo, mejoras y hacer más seguro el acceso a los mercados de los bienes que se produzcan y comercien en la región de América del Norte.

ELIMINACION DE ARANCELES

En el TLC se dispone la eliminación progresiva de todas las tasas arancelarias sobre bienes que sean considerados provenientes de América del Norte, conforme a las reglas de origen. Para la mayoría de los bienes las tasas arancelarias vigentes serán eliminadas inmediatamente, o de manera gradual, en 5 o 10 etapas anuales iguales. Las tasas aplicables a unas cuantas fracciones arancelarias correspondientes a productos sensibles se eliminarán en un plazo mayor hasta 15 reducciones anuales iguales.

"Para propósitos de la eliminación, se tomarán como punto de partida las tasas vigentes al 1 de Junio de 1991, incluidas las de Arancel General Preferencial (GPT) de Canadá y las de Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de E.U. Se prevé la posibilidad de que los 3 países consulten y acuerden una

eliminación arancelaria más acelerada de lo previsto.¹⁶

RESTRICCIONES A LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

Los tres países eliminarán las prohibiciones y restricciones cuantitativas, tales como cuotas o permisos de importación que se aplican en frontera. Sin embargo, cada país miembro se reserva el derecho de imponer restricciones en frontera limitadas, por ejemplo, para la protección de la vida o la salud humana, animal o vegetal o del medio ambiente. Existen reglas especiales que se aplican a productos agropecuarios, automotrices, energía y textiles.

DEVOLUCION DE ARANCELES (DRAWBACK)

El TLC establece reglas para la devolución de aranceles, o programas de devolución o exención de aranceles, en los materiales que sean utilizados en la producción de bienes que subsecuentemente se exporten a otro país miembro del TLC.

Los programas vigentes de devolución de aranceles serán eliminados el 1 de enero del año 2001 para el comercio entre México-E.U. y México-Canadá.

El tratado extenderá por 2 años el plazo establecido en el ALC para la eliminación de programas de devolución de aranceles.

¹⁶ Información obtenida de NAFIN.

"En el momento en que estos programas se eliminen de cada país, adoptara un procedimiento para evitar los afectos de la "doble tributación" en el pago de impuestos en los dos países, en el caso de bienes que aun se encuentren sujetos a impuestos en el área de libre comercio."¹⁷

DERECHOS DE TRAMITE ADUANERO

Los tres países acordaron no aplicar nuevos cargos como los referentes al "derechos por procesamiento de mercancías" de E.U. a los "derechos de trámite aduanero" de México. México eliminará estos derechos sobre los bienes originarios de América del Norte a más tardar el 30 de junio de 1999. Así mismo, E.U. eliminará a más tardar en la misma fecha, los derechos de este tipo que aplica a los bienes originarios de México. Respecto de los bienes originarios de Canadá, E.U. esta reduciendo estos derechos, mismos que quedarán eliminados el 1 de enero de 1994, según lo dispuesto en el ALC entre E.U. y Canadá.

Son muchas las opiniones favorables vertidas sobre los efectos que la firma del Tratado de Libre Comercio entre México, E.U. y Canadá tendrá, pero ahora son los organismos privados de investigación los que en forma autorizada, lo han hecho. Su afirmación en el sentido de que México será la principal fuerza generadora de crecimiento económico, empleos y oportunidades de negocios en América del Norte cuando entre en vigor el TLC

¹⁷ Información obtenida de NAFIN.

resultará ilustrativa.

"El tratado beneficiará a los tres países firmantes, pero se coincide en señalar que los beneficios serán mayores para la economía mexicana, tanto por el aumento de las exportaciones como por las inversiones privadas en la planta productiva. En el crecimiento que se espera del volumen de comercialización también se conceden grandes posibilidades a los productos mexicanos."¹⁸

Las razones para explicar esto son convincentes, porque siendo la economía de México la más pequeña en relación con las de Estados Unidos y Canadá, resultará más sensible al crecimiento y éste no sólo será más impresionante, sino en la realidad alcanzará porcentajes mayores que las otras dos, gracias a las nuevas políticas comerciales y a la apertura de mercados.

Al entrar en vigor el TLC, se estima que nuestro país puede llegar a representar entre el 15 y 20% del crecimiento de la demanda interna de la región norteamericana, al conformar junto con E.U. y Canadá un mercado de 360 millones de habitantes con un PIB de 6 billones de dólares.

En un estudio denominado "Las Perspectivas Económicas de América del Norte", realizado en forma conjunta por el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (México), The Conference

¹⁸ Información obtenida NAFIN.

Board (New York) y The Conferencie Board of Canadá (Ottawa), dado a conocer esta mes en la publicación oficial del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, se precisa lo anterior y se hace hincapié en que actualmente "México es el foco de incremento de inversión debido a su dinamismo y a su potencial de avance económico durante la década de los 90's.

5.3.3 CRECIMIENTO ECONOMICO

Al presentar el CEESP los aspectos sobresalientes del análisis empresarial, destacan el siguiente: "En los próximos años, a medida que continúen las reformas de los mercados mexicanos y de las políticas comerciales, los avances económicos de México cambiarán el carácter de América del Norte aumentando el crecimiento económico y ofreciendo nuevas e importantes oportunidades para las empresas que operan en la región.

Por otra parte, se reconoce que si bien la economía mexicana es relativamente pequeña, la inversión privada (equivalente a casi el 20% del PIB) a estado creciendo a tasas anuales del 14% en comparación con el virtual estancamiento experimentado en Estados Unidos.

Así las cosas, aunque el mercado estadounidense es el dominante por su tamaño y sin soslayar que en términos de producción nuestro país representa la vigésima parte de la

economía de la Unión Americana "La importancia de México ha venido aumentando debido a su transformación en el mercado más dinámico para las exportaciones de los Estados Unidos y potencialmente también para Canadá."¹⁹

Un ejemplo de lo anterior es el hecho de que aunque Canadá permanece como el principal socio comercial de los Estados Unidos, México pasó del 5o al 3er. lugar, apenas debajo de Canadá y Japón.

Otro dato importante es que el 68% de las ventas mexicanas al extranjero de México, estas son considerablemente mayores que las de los países europeos, "en muchos casos el doble o triple".

Se destacan que durante los últimos dos años los inversionistas del exterior han incrementado entre 5 y 10 mil millones el nivel de las mismas, en nuestro país se ubica entre 3 y 4% del PIB.

"Igualmente se ha incrementado la inversión directa o de portafolio a través de la adquisición de bonos gubernamentales, acciones de empresas y obligaciones públicas y privadas."²⁰

Por lo que hace el ámbito laboral, se destaca que aunque los

¹⁹ Información obtenida de NAFIN.

²⁰ Información obtenida de NAFIN.

mercados de los tres países son casi totalmente independientes, las diferencias salariales y de productividad entre ellos disminuirán a medida que avance el desarrollo mexicano.

5.4 RESULTADOS DE LA NEGOCIACION DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

"Las conclusiones emanadas del foro han constituido el marco dentro del cual se han llevado a cabo las negociaciones comerciales de México con las distintas regiones y países. Así nos hemos esforzado por el fortalecimiento de GATT y el éxito de la ronda de Uruguay; hemos pugnado por la integración de América Latina sobre bases concretas, a través de la firma de un Tratado de Libre Comercio con Chile y la negociación de sendos acuerdos con Centroamérica, por un aparte y con Colombia y Venezuela, por la otra. Además renovamos los vínculos con Europa gracias a la firma de un amplio Acuerdo Marco con la Comunidad y participamos activamente en los Foros de los países de la cuenca del Pacífico para incrementar nuestras relaciones con la región."²¹

Se han llegado a un acuerdo en todas las mesas de trabajo. Ahora, un grupo de juristas especializados elabora la versión definitiva en español, inglés y francés. Sin esperar la conclusión de ésta, se informan de los resultados de la negociación.

²¹ Información obtenida de NAFIN.

Han transcurrido casi cuatro años desde que se emprendió, en forma concertada, un amplio y profundo proceso de cambio y renovación de la vida nacional.

Con objetivos claramente definidos y explicados y sobre todo, con un decidido apoyo, se han removido estructuras anquilosadas que se han adecuando normas y disposiciones que justificadas en su momento se habían convertido en obstáculos al desarrollo o expansión de una sociedad dinámica, plural y abierta.

También se han dejado atrás temores injustificados sobre nuestra capacidad para competir en el mundo y se ha reafirmado, no en el aislamiento, sino en la cotidiana convivencia con otros países, la soberanía nacional y nuestra identidad cultural.

La creación de una zona de libre comercio entre México, Canadá y Estados Unidos constituye una estrategia más para apoyar el proceso de modernización económica del país. Es una estrategia que satisface las exigencias internas del desarrollo y responde, cabal y adecuadamente a la nueva realidad internacional.

LAS EXIGENCIAS DEL DESARROLLO INTERNO.

"Hace dos décadas que el marco de sustitución de

importaciones resultó demasiado estrecho e inviable para la expansión de la economía nacional. Las rigiezes de ese modelo, y el alargamiento excesivo de su aplicación, generaron ineficacias en todos los sectores, que exigieron el uso de subsidios o la intervención estatal para que continuaran operando.

La exigencia de un mercado sin competencia externa desalentó la creatividad empresarial y la competitividad."²²

El productor carecía de acceso a insumos de precio y claridad internacional, lo que se conjugó para crear una estructura productiva, sobredimensionada en muchos sectores, no especializada en otros, con rezagos tecnológicos u actitudes monopólicas en la mayoría. La calidad de los bienes no correspondía al precio y, por lo mismo, era imposible colocarlos en el mercado mundial. El consumidor nacional era cautivo de esa política y tenía que subsidiar buena parte de la ineficiencia productiva.

La creación de una zona de libre comercio en América del Norte permitirá a México enfrentar, en mejores condiciones, esta aguda competencia por capital, tecnologías y mercado, y vincularse con éxito a la nueva dinámica internacional.

Gracias a los cambios internos realizados, como a las nuevas oportunidades que abrirá el Tratado, México se convertirá

²² Información obtenida de NAFIN.

en un país altamente atractivo para la intervención. El fortalecimiento del mercado interno y el acceso a los de Canadá y Estados Unidos permitirá al aparato productivo nacional explotar grandes economías de escala y, a partir de éstas, estar en condiciones de gran competitividad para conquistar otros medios de la región.

"Así el Tratado también permitirá profundizar y ampliar los vínculos existentes con otras regiones y países, y contribuirá a la diversificación de las relaciones económicas de México con el mundo.

El tratado es un elemento más del programa modernizador emprendido por el presidente, que se ofrecerá grandes través del trabajo cotidiano e intenso del gobierno, de los trabajadores, de los campesinos, de los empresarios, de toda la nación."²³

DIFUSION

La divulgación amplia, en todos los sectores de la sociedad, de la naturaleza y alcance del Tratado, constituye una preocupación básica de la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial. Esta se a llevado a cabo, desde el inicio de las negociaciones, en las cámaras y organizaciones empresariales, en las asociaciones profesionales y otras organizaciones sociales, así como en universidades e instituciones educativas.

²³ Información obtenida de NAFIN.

144248

Los miembros del consejo asesor, los integrantes de la COECE y los funcionarios de las secretarías participaron activamente en reuniones, seminarios y conferencias sobre los diversos aspectos del tratado, y concedieron innumerables entrevistas a los medios masivos de comunicación.

6.- PROGRAMA DE APOYO CREDITICIO MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

6.1 REGLAS DE OPERACION.

Nacional Financiera orienta todos sus esfuerzos a apoyar a la industria, el comercio y los servicios, y principalmente, de las micros, pequeñas y medianas empresas. Es por esto que emite un boletín donde aparecen las reglas generales de operación de los seis programas de apoyo crediticio que constituyen uno de sus instrumentos que ofrece al empresario para participar en sus procesos de modernización, a fin de integrar y desarrollar su actividad, la cual desempeña un papel de gran impacto en la economía nacional.

1.- OBJETIVO DE PROMYP.

Promover la creación y apoyar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, buscando su incorporación a los procesos de la economía formal, y su integración a las cadenas productivas y comerciales.

2.- SUJETOS DE APOYO DEL PROMYP.

- * Las personas físicas o morales que clasifiquen como micro o pequeñas empresas con participación patrimonial mayoritaria mexicana, que desarrollen actividades industriales, comerciales o de servicios, y cuyos giros se encuentren incluidos en el Catálogo de Actividades Empresariales que al efecto publique Nacional Financiera, S. N. C.
- * Las uniones de crédito que requieran de financiamiento para satisfacer necesidades comunes de sus asociados, cuando éstos se dediquen a actividades industriales, comerciales o de servicios.

Definición de microempresa: "Aquellas que en su ejercicio inmediato anterior, simultáneamente hayan ocupado en forma permanente hasta 15 personas, y obtenido ingresos por ventas netas hasta por el equivalente de 110 veces el salario mínimo general elevado al año, vigente en el área geográfica "A"."²⁴

Definición de pequeña empresa: "Aquellas que en su ejercicio inmediato anterior, simultáneamente hayan ocupado en forma permanente hasta 100 personas, y obtenido ingresos por ventas netas hasta por el equivalente de 1,115 veces el salario mínimo general elevado al año, vigente en el área geográfica "A"."²⁵

²⁴ Información obtenida de NAFIN.

²⁵ Información obtenida de NAFIN.

Para tal efecto se atenderán a las cifras que reporten las empresas solicitantes correspondientes al último ejercicio fiscal, siempre y cuando éste haya ejercido fiscal haya comprendido un período menor de nueve meses, se considerará para determinar el tamaño de las empresas, las ventas netas y el personal a ocupar, proyectadas para el siguiente ejercicio fiscal con duración de 12 meses.

3.- ACCESO A LOS RECURSOS DEL PROMYP.

Las micro y pequeñas empresas podrán obtener apoyos financieros del Promyp, mediante solicitud a una institución autorizada y reconocida por Nafin.

Intermediario financieros: se identifica de esta forma a los diferentes tipos de instituciones, con autorización para descontar créditos de los programas crediticios de Nacional Financiera, S. N. C., en este caso del Propym.

Las instituciones intermediarias se obligan invariablemente a reembolsar a Nacional Financiera los recursos de los diversos créditos que hayan descontado, así como sus accesorios, conforme a los plazos, vencimientos y condiciones que al efecto se hayan pactado. Asimismo, a obtener conforme a una política crediticia sana, las garantías suficientes y necesarias que amparen el importe de los financiamientos otorgados.

4.- APOYOS FINANCIEROS QUE OFRECE EL PROMYP.

Financiamientos a la micro y pequeña empresa, mediante el descuento de créditos que les hayan otorgado los intermediarios financieros reconocidos y autorizados por Nafin, con el fin de que constituyan y/o fortalezcan su capital de trabajo; adquieran maquinaria, equipo y mobiliario; adquieran, construyan, adopten o amplíen sus instalaciones industriales y locales comerciales o de servicios; y reestructuren pasivos onerosos en tasa de interés y/o en el plazo de amortización que afecten su liquidez. Todo ello, con la finalidad de eficientar su operación y alcanzar niveles óptimos de competitividad.

Adicionalmente, financia el capital de trabajo de micro y pequeñas empresas mediante el Sistema de Factoraje Financiero; e inversiones en activos fijos a través de operaciones de arrendamiento financiero.

Los apoyos financieros del Promyp deberán atender, cuando existan algunas de las siguientes prioridades de fomento: la creación de empleos, principalmente entre la población de menores ingresos, aumento de la oferta de bienes de consumo básico, el mejoramiento del ambiente a través de la disminución de efectos contaminantes, reducción en el consumo del agua y energía, el incremento de la competitividad; y la generación de y/o ahorro de divisas.

5.- CREDITOS SUSCETIBLES DE DESCUENTO, NACIONAL FINANCIERA A TRAVES DEL PROMYP.

a) Créditos destinados a la constitución o fortalecimiento.

Con la finalidad de atender eficientemente las necesidades de la micro y pequeñas empresas, el Promyp ofrece a los intermediarios financieros opciones para descontar los siguientes créditos:

- * Habitación o avío.
- * Avío revolvente.
- * Simple o en cuenta corriente.

Estos financiamientos atenderán a los siguientes lineamientos.

- * Se utilizan para satisfacer necesidades de financiamiento, sobre su ciclo operativo-económico de las empresas, tales como: adquisición de materias primas, materiales producción, productos terminados, pago de sueldos y salarios, así como gastos de fabricación y operación.
- * Financian compras de materias primas nacionales y/o extranjeras, así como la adquisición de productos terminados o mercancías de origen nacional; siempre y cuando la antigüedad de estas operaciones, considerando la fecha de presentación de la solicitud en Nacional Financiera, no exceda de seis meses. Si al recibir el financiamiento, la empresa no ha adquirido las materias primas, materiales o mercancías, objeto del crédito, ésta

contará con un plazo de 30 días para tal fin.

- * Coadyuvar a que las empresas solicitantes optimicen la administración de su capital de trabajo, en función de su ciclo operativo y financiero, así como de su capacidad instalada, procurando su crecimiento y mayor productividad.

La utilización de este tipo de créditos será evitando en lo posible sobreinversiones así como las inversiones en bienes, materiales y servicios ajenos a la actividad que desarrollan.

- * Adicionalmente, para la operación de las líneas de crédito en sus modalidades de avío revolvente, y simple o en cuenta se establece que:

- Se destinan a empresas que por sus características de operación, ciclicidad, generación interna de recursos o por pedidos imprevisibles requieren de financiamiento revolvente a corto plazo.
- La vigencia de la línea podrá ser de hasta dos años.
- La utilización de las líneas de crédito revolvente es mediante el número de disposiciones que requieran las empresas acreditadas, atendiendo a las características de su operación y a las de su ciclo financiero.
- El plazo de vencimiento de cada disposición puede ser bimestral o trimestral.

b) Créditos destinados a la adquisición de maquinaria, equipo y mobiliario.

Las modalidades de crédito susceptibles de descuento en el Propym para tal fin, son:

- * Refaccionario.
- * Simple con garantía prendaria o hipotecaria.

El propym descuenta a los intermediarios financieros este tipos de apoyos de conformidad con los siguientes lineamientos.

- Se utilizan en la adquisición de maquinaria, equipo y mobiliario que requieran las micro y pequeñas empresas que desarrollen actividades industriales, comerciales y de servicio; para constituir, ampliar, modernizar su capacidad instalada, con el fin de estar en posibilidades de ofrecer a los mercados en que operan: productos, artículos competitivos en cantidad, calidad, precio y oportunidad.
- Son susceptibles de financiarse los gastos de importación, transporte e instalación, así como los derechos necesarios para operar esto.
- Se financiará el importe de la maquinaria, equipo y mobiliario de origen nacional y/o extranjero ya adquirido, siempre y cuando la antigüedad de las operaciones, considerando la fecha de presentación, no exceda de 12 meses.
- A partir de la fecha de operación del crédito, la empresa

acreditada cuenta con tres meses para realizar la inversión objeto de estos financiamiento, así como para recabar la documentación correspondiente.

c) Créditos destinados a la adquisición, construcción, instalación o modificación de unidades industriales, locales comerciales o de servicios.

Para tal fin, el Promyp puede descontar los siguientes tipos de créditos:

- * Refaccionaria.
- * Simple con garantía prendataria o hipotecaria.

Su descuento procede conforme a los siguientes lineamientos:

- * Los recursos se destinan a la adquisición, construcción o modificación de inmuebles como son naves industriales, bodegas, locales comerciales o de servicios que las empresas requieran para llevar a cabo en forma eficiente las actividades propias de su giro. Cuidando en todo momento que los recursos del Propym no se utilicen en inmuebles que por su tamaño o características impidan el adecuado desarrollo de las operaciones de la empresa solicitante y, evitando se inviertan en activos improductivos y en activos ajenos a la naturaleza de sus actividades.
- * En proyectos que impliquen la construcción de inmuebles, se establece que el Promyp no financia la adquisición de

terrenos solos o excesivos a la necesidad operativa de la empresa solicitante.

* Son susceptibles de apoyo, los proyectos para instalar, modificar o ampliar inmuebles que tome en renta la empresa solicitante, y que destine a actividades propias de su actividad empresarial, siempre y cuando exista un contrato de carácter irrevocable a su favor, por un plazo igual o mayor de la vigencia de crédito solicitado.

* Si en el momento de solicitar el descuento de un crédito destinado a la adquisición, modificación o construcción de un inmueble, la empresa solicitante ya realizó la inversión, procede el financiamiento, siempre y cuando, la operación objeto del crédito tenga una antigüedad no mayor a 12 meses.

* En el caso de adquisición de inmuebles, la empresa solicitante tiene un plazo de tres meses para comprobar el destino que dio a los del Promyp; y en el caso de construcción o modificación de dicho plazo es de seis meses a partir de la fecha de terminación establecida en su programa de inversión.

d) Créditos destinados a la reestructuración de pasivos.

Conforme a la actividad que desarrollen las micro y pequeñas empresas que deseen reestructurar pasivos, el Promyp les ofrece recursos de descuento de los siguientes créditos:

* Hipotecario.

* Simple con garantía hipotecaria.

El Promyp descontará estos créditos conforme a los siguientes límites:

- * Serán susceptibles de reestructurarse aquellos pasivos cuyas tasas de interés y/o sus plazos de amortización sean desfavorables.
- * Que los recursos de los créditos a reestructurar se hayan destinado a solventar necesidades o a realizar inversiones propias del giro de la empresa.
- * La empresa solicitante cuenta con un plazo de 30 días, a partir de la fecha de operación del descuento, para recabar y presentar al intermediario financiero la documentación comprobatorio del crédito.

e) Apoyos a las uniones de crédito para que realicen operaciones en beneficio común de sus socios.

En esta modalidad, un banco como intermediario financiero solicita a nacional Financiera a través del Promyp, el descuento de algún otorgamiento, quién a su vez destina dichos recursos a realizar operaciones en común en beneficio de sus socios que clasifiquen como micro o pequeñas empresas.

Los tipos de créditos que una unión de crédito pueda recibir y que son susceptibles de descuento en el Promyp, son para: apoyo al capital de trabajo; para adquisición de maquinaria, mobiliario y equipo; y para adquisición, construcción o adaptación de

instalaciones físicas, las tasas de interés, plazos de amortización, y periodos de gracia, son los mismos que se aplican en este Programa para la pequeña empresa.

Los créditos destinados a satisfacer necesidades de capital de trabajo, así como los utilizados para compras en común en beneficio de sus socios, micro o pequeñas empresas, podrán adoptar la modalidad de revolventes.

En los créditos que una unión reciba de un banco y que destine a compras en común en beneficio general de sus socios, el Promyp establece un monto máximo de descuento, el que dará a conocer a través de circulantes.

Adicional a la información que presentan las pequeñas empresas para el descuento de créditos en el Promyp, el banco intermediario proporcionará a Nacional Financiera la relación de socios de la unión de crédito que se pretende beneficiar y el tamaño de empresa al que pertenezcan.

SISTEMA DE FACTORAJE FINANCIERO.

"Es un sistema de financiamiento automático y masivo para las empresas que atienden el Promyp, a través del descuento de títulos de crédito relacionados con proveeduría de bienes, de servicios y ambos, que las empresas de factoraje reconocidas por Nafin contienen intermediarios financieros hayan adquirido su sus

micro y pequeñas empresas, clientes, con la finalidad de dotarlas de liquidez y de fondos de su capital de trabajo."²⁶

Las disposiciones que realicen las micro y pequeñas empresas a través de este sistema no son acumulables para efecto de los límites máximos de financiamiento que hayan obtenido a través de los esquemas de Propym.

Para el ejercicio de este esquema de financiamiento, las empresas de factoraje convendrán específicamente con Nacional Financiera mediante contrato, las características de la operación, así como las condiciones que aplicarán sus empresas clientes por los financiamientos a través del Sistema de Factoraje Financiero.

"Para el uso de este sistema, las micro y pequeñas empresas se obligan a utilizar los recursos única y exclusivamente para cubrir las necesidades de la operación normal de su empresa, a conservar copias de los títulos de crédito y derechos de crédito descontados en el sistema, y a autorizar a Nacional Financiera o a quien ésta designe, para que verifique que las disposiciones realizadas a través de este sistema cumplan con las condiciones estipuladas en el contrato respectivo."²⁷

²⁶ Información obtenida de NAFIN.

²⁷ Información obtenida de NAFIN.

ARRENDAMIENTO FINANCIERO.

El Promyp ofrece a las micro y pequeñas empresas la opción de realizar operaciones vía arrendamiento financiero que les permita el uso de activos fijos que requieran en la operación normal de su empresa.

6.- CONDICIONES DE LOS FINANCIAMIENTOS QUE OFRECE EL PROMYP.

Los montos máximos por tipo de crédito y por tamaño de empresas las tasa de interés, los márgenes de intermediación, los plazos máximos de amortización y gracia, y la participación de los intermediarios financieros de los diferentes proyectos, se darán a conocer mediante circulares de Nacional Financiera.

7.- OPERACION DE LOS DESCUENTOS.

Para la operación de descuento crediticios y disposición de recursos Promyp tiene establecidas las modalidades de descuento automático, descuento rápido y facultativo aplicables conforme al monto de endeudamiento que con el programa registren las empresas solicitantes.

6.2 SISTEMA DE TARJETA EMPRESARIAL.

Nacional Financiera ha instrumentado con los intermediarios financieros, un sistema de tarjeta de crédito empresarial para financiar, en forma simplificada, el capital de trabajo y la

adquisición de activos fijos de la micro y pequeña empresa mediante el descuento crediticio.

El objeto de la tarjeta es brindar a la micro y pequeña empresa un mecanismo que les facilite el acceso inmediato a los recursos financieros de fomento de NAFIN, que les asegure la oportunidad del crédito necesario para reforzar y agilizar sus opciones.

El sistema está orientado a dar a los micro y pequeños empresarios acceso inmediato y revolvente al crédito, brindándoles la posibilidad de adquisición oportuna de materias primas y productos propios de su giro, adquisición de maquinaria y equipo, así como disposición de efectivo para coadyuvar a solucionar sus problemas de liquidez.

La tarjeta empresarial asegura la masividad, automaticidad y oportunidad en el otorgamiento crediticio. Además la tarjeta contribuye a eliminar los riesgos del manejo de efectivo, simplifica los requerimientos de información de las empresas y les da revolvencia de recursos, evitando la suscripción de repetidos contratos. Por último, el micro y pequeño empresario obtiene un ahorro en tiempo en los trámites para el financiamiento y la posibilidad de manejar más eficientemente sus inventarios.

CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE LA TARJETA EMPRESARIAL.

- 1.- Está diseñada conjuntamente por NAFIN y los intermediarios financieros.
- 2.- Dispone de un registro numérico de identificación que permite el control estadístico, la supervisión y el seguimiento de los financiamientos con este instrumento.
- 3.- NAFIN entrega los recursos al Intermediario Financiero el día hábil siguiente de haber recibido el certificado global de operaciones mediante la tarjeta.
- 4.- Es aplicable la tasa de interés desde que el intermediario abona los recursos en la cuenta de cheques del usuario.
- 5.- La tasa de interés para el usuario de la tarjeta es de DPP más 6 puntos.
- 6.- Los intereses al acreditado se calcularán sobre saldos.
- 7.- En el empleo de este sistema, los usuarios se obligarán contractualmente con los intermediarios a utilizar los recursos única y exclusivamente para el financiamiento de su capital de trabajo y adquisición de maquinaria y equipo.
- 8.- No pagan comisiones al Intermediario, ni el proveedor, ni el

futuro.

VENTAJAS PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA QUE UTILICE EL SISTEMA CREDITICIO DE TARJETA EMPRESARIAL.

- 1.- Oportunidad del crédito, por la disponibilidad inmediata de los recursos.
- 2.- Ahorro en tiempo en los trámites para la obtención de nuevos documentos.
- 3.- Resilvencia del crédito son suscripción de nuevos documentos.
- 4.- Obtención de financiamiento inmediatos a un costo similar al que obtienen las empresas grandes.
- 5.- Disminución de riesgos en el manejo y en la transportación del dinero.
- 6.- Simplificación en la información y documentación que deben proporcionar.
- 7.- Facilita la utilización y el control del capital de trabajo.
- 8.- Seguro de vida gratuito por 100 millones de pesos.

CONDICIONES PARA LA EMISION DE LA TARJETA EMPRESARIAL.

1.- El monto máximo de la línea de crédito que los intermediarios financieros pueden otorgar a las empresas es de hasta 1,200 millones de pesos.

2.- Dentro del límite de crédito, las empresas pueden obtener los recursos y pagar las disposiciones conforme lo requiera su operación. Esto propicia el adecuado manejo del capital de trabajo.

3.- Los plazos máximos son de hasta 36 meses, en el rubro de habilitación de avío, y hasta 5 años como máximo para la adquisición de activos fijos, el plazo definitivo lo determinará el intermediario financiero, conforme a su análisis.

4.- Los créditos para la adquisición de activos fijos que se autoricen en este sistema, no se acumularán a los saldos que en caso tenga la empresa acreditada en el programa normal PROPYMP.

5.- El monto de disposición será de 10.0 millones de pesos para la adquisición de activos fijos.

FORMAS DE USO DE LA TARJETA EMPRESARIAL.

Esta tarjeta puede apoyar al propietario de una micro y pequeña empresa de 5 formas básicas:

1.- Si se tiene un pedido, puede presentarse a la ventanilla

para solicitar el capital de trabajo que le permita atenderlo.

2.- Si se tiene un contrarecibo, por mercancía que ha entregado, puede presentarle ante el intermediario financiero para que se le reembolse y así pueda atender otras necesidades.

3.- Si se tiene una factura de compra de materia prima, el empresario puede presentarse ante el intermediario financiero para que se le reembolse y así pueda atender otras necesidades de capital de trabajo.

4.- Disposiciones en efectivo hasta por el 10% del monto de la línea establecida, para atender necesidades inmediatas de liquidez.

5.- Adquisición de los activos fijos.

RELACION DE BANCOS QUE OPERAN EN EL SISTEMA DE TARJETA EMPRESARIAL EN EL D.F.

BANCA SERFIN

BANCOMER

BANCA CREMI

MULTIBANCO COMÉRMEX

BANCO DEL ATLANTICO

BANCO INTERNACIONAL

BANCA PROMEX

BANCO MEXICANO SOMEX

BANORO

7. ARTESANIAS MEXICANAS

Las Artesanías Mexicanas serán nuestro marco teórico, ya que en ellas están comprendidas toda una gama de manifestaciones artísticas; en donde los artesanos dan origen a formas, motivos y piezas muy elaboradas. Algunas de las ramas productivas que la componen son : los textiles tradicionales, la laca tradicional, artesanía popular en madera, metalistería, talabartería, fibras duras y vegetales, lapidería, vidrio y cerámica; esta último será objeto de nuestro estudio.

Las Artesanías Mexicanas, representan una gran parte de la riqueza cultural de nuestro país, son una tradición que ha perdurado; sus raíces son muy antiguas, se remontan a las sociedades prehispánicas; se han encontrado vestigios de lo que fue la actividad artesanal, objetos tales como: collares, vasijas, jarras, anillos, pectorales, adornos, etc., piezas que fueron elaboradas por hombres primitivos.

Más de 2,000,000 de mexicanos, incluyendo hombres, mujeres y niños según cálculos indirectos producen hoy en día objetos elaborados a mano para usos prácticos o de esparcimiento. El número de artesanías y el monto de su producción así como su

distribución y venta a través de la plaza y mercados locales, indican que el arte popular tiene una función dinámica en la vida actual del pueblo mexicano y en consecuencia es parte de su modo de vivir y su sensibilidad.

"Tan sorprendente conjunto de artesanos activos, dedicados a la producción manual más versátil y variada que se conoce en el continente americano, es en realidad el custodio del legado artístico, que fue transmitido de generación en generación, acumulado y enriquecido por un pueblo a través de muchos siglos; las técnicas y diseños han permanecido a pesar los aniquilamientos y prohibiciones que se sufrieron durante la conquista."²⁸

Toda obra humana, trasciende, evoca una realidad en el espacio y en el tiempo, esta se hace más evidente cuando se trata de una obra artística que representa las costumbres y cultura de un pueblo.

El arte popular mexicano actual conserva residuos precolombinos e importantes influencias españolas y asiáticas; se caracteriza por sus diseños originales, por su armonía en los colores y sus diversas formas.

²⁸ DE LEON IMELDA, ARTESANIAS TRADICIONALES DE MEXICO, FONART, México 1984, pp. 64

El triunfo de una cultura sobre otra, sólo es evidente, cuando cesa la producción de arte de los "vencidos" y es reemplazado por el del "conquistador". En el caso de la artesanía mexicana no sucede lo anterior, a pesar de que se intentó por parte de los conquistadores terminar con las costumbres, muy a pesar suyo, las tradiciones no se extinguieron.

Las artesanías han logrado sobrevivir a la conquista, únicamente se han moldeado. La producción es de carácter familiar, en ella participan activamente todos los miembros de la familia, cada uno con tareas específicas.

Se tiene además una división del trabajo, las labores masculinas y femeninas son bien delimitadas.

El adiestramiento del artesano es parte de la educación familiar. Aprende de sus padres o familiares, participando activamente desde pequeño en las tareas de la producción, hasta alcanzar el dominio de la artesanía. Adquiere destreza manual, afina las técnicas de trabajo al mismo tiempo que va adquiriendo mayor sensibilidad. Lo más importante de este proceso educativo familiar es la sensibilidad hacia lo bello y artístico, a través de un estilo tradicional.

"Estamos convencidos de que esta educación artística, enriquece y conserva los más altos valores de la cultura de un

pueblo, y lo hace apto para producir piezas con originalidad."²⁹

Entre la población campesina las artesanías son una actividad básica tan importante como la agricultura. Esta asegura el alimento y sustento de las familias; las artesanías a su vez permiten que el campesino emplee su tiempo libre, que de otra manera sería tiempo ocioso e improductivo, es una actividad económicamente productiva en la que pueden participar todos los integrantes de la familia, sin distinción de edad o sexo.

Conforme avanza la tecnología y se industrializa la producción para llenar las necesidades de la vida diaria, van desapareciendo ciertos objetos hechos a mano. La demanda, la durabilidad, la novedad, el precio y la evolución propia de toda cultura son factores que provocan el cambio y la sustitución. No sabemos cuando domina uno sobre otros, pero si es patente que el fenómeno económico no es el único determinante del cambio.

Cuando cesa la demanda de la artesanía está en peligro de desaparición, a menos que se le encuentren nuevos usos. Afortunadamente, la máquina y la fábrica aún no pueden superar la mano del hombre en la elaboración de ciertos objetos, y mientras subsista esta situación vivirán muchas artesanías.

Dependiendo de la materia prima que sea más accesible para

²⁹ Op. Cit. pp. 34

los artesanos, se aplican distintas técnicas artesanales ; por ejemplo, en los lugares en donde abunda la arcilla y barro se fomenta el trabajo de la cerámica.

En la actualidad sobreviven en México, independientemente de la importancia de la producción y de su valor económico, casi todas las artesanías principales, una de ellas es la alfarería o cerámica.

Sin embargo, la situación de los artesanos es difícil. Desde el punto de vista del mercado, los artículos tienen muchas veces como mercado principal la propia comunidad o comunidades aledañas; les resulta imposible distribuir los artículos en las grandes ciudades o el exportar los artículos.

No fue sino hasta hace unos años, cuando algunas instituciones se preocuparon por la conservación de estas tradiciones, así como de las condiciones económicas de los artesanos. "Entre las instituciones que apoyan a los artesanos están: El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), El Instituto Nacional Indigenista (INI), Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), así como también las Uniones de Artesanos (formados para cada sector)."³⁰

³⁰ NOSOTROS LOS PETROLEROS, Publicación mensual, marzo 1992, num. 120, pp. 48

El objetivo de estas instituciones es impulsar la producción de artesanías, elevar la calidad artística, así elevar el nivel de vida de los artesanos, difundir los valores culturales, comercializar a nivel nacional e internacional, otorgar apoyos y créditos a los artesanos, etc...

De los aspectos antes mencionados el que consideramos interesante y esencial es la difusión de los valores artísticos, culturales y la comercialización; misma que va dirigida a la venta del producto, en ella se aplican estrategias de mercadotecnia para lograr los fines propuestos.

7.1.1 LA CERAMICA EN LA HISTORIA

Las artes del México antiguo cobran en la actualidad particular interés, a medida que se las conoce, tanto por su originalidad como por su calidad, su fuerza, su refinamiento y su variedad.

Es necesario que nosotros las reconozcamos como un gran vestigio de la creatividad de la que nuestros antepasados eran dueños, no sin antes admirarla como una muestra de grandiosa cultura, que forjó nuestro presente y conservara nuestro futuro con raíces propias.

Cuando el hombre dejó la vida nómada y se hizo sedentario,

inventó la técnica alfarera. Es posible que incidentalmente descubriera el uso del barro (como se explicará más adelante), que desde tiempos muy remotos ha venido utilizando para la elaboración de objetos varios, especialmente vasijas que sirvieron para usos culinarios y ceremoniales.

La cerámica tiene una gran importancia para la arqueología, porque el tiempo difícilmente altera su aspecto y sus cualidades, lo cual facilita el estudio de las técnicas empleadas por los fabricantes y reconocer sus costumbres y sus ideas religiosas, cuando las piezas halladas fueron ofrendas.

En México, la pala del arqueólogo ha extraído y sigue extrayendo miles de vasijas, cuyo análisis y estudio han servido de excelente medio para reconocer y distinguir las diversas culturas antiguas y sus períodos de desarrollo.

Nos encontramos con que existen diversas versiones acerca del surgimiento de la cerámica; se cree que por casualidad una mujer dejó un poco de barro junto al fogón y el fuego se encargó de endurecer el barro. También el hombre pudo observar el endurecimiento del barro al provocarse los incendios naturales de los bosques; así en forma accidental se aprende a crear fuego aprovechándolo también para hacer objetos de barro y es de este modo es como nace la cerámica.

"Los arqueólogos y demás entendidos en la materia están más o menos de acuerdo en que los objetos cerámicos, con antigüedad comprobada se remonta a 5000 años a. C., en consecuencia, no es equivocado fijarle una posible y proyecta edad de 20000 años"³¹

Cuando ya dominan el conocimiento de la alfarería los diferentes grupos étnicos, realizan diversas figuras de barro, y son precisamente esos objetos cerámicos el testimonio de la existencia de diversas culturas. A partir del análisis de la edad de esas figuras, así como de los rasgos que se plasmaban en ellas, se pueden tener datos y características de estas culturas. Es importante mencionar otra de las conclusiones a la que han llegado diversos arqueólogos, la cual establece que la cerámica que se considera más antigua es aquella que no tiene esmalte.

En todas esas poblaciones podemos hallar vestigios demasiado importantes que nos ayudan a determinar cual ha sido el origen y procedencia de la cerámica.

Un rasgo característico de las poblaciones sedentarias, (poblaciones establecidas en un sitio fijo), es la cerámica, de importancia mucho menor que la agricultura, ya que desde un punto de vista más funcional no es más que una nueva forma de crear objetos que pueden contener sólidos granulares o líquidos. Sin

³¹ REYNOSO LUISA, LA CERAMICA INDIGENA EN MEXICO, 2a. ed. FONART, México 1986, pp. 30

embargo, la facilidad de elaboración de la cerámica, su fragilidad y su durabilidad hacen de ella el material arqueológico más frecuente en el caso de las poblaciones sedentarias. Por otra parte, el hecho de que la cerámica puede adoptar formas y acabados muy distintos (lo que explica los rápidos cambios de los estilos de cerámica en diversas etapas) convirtió al estudio de sus características en indicador de las diferentes épocas y lugares en que se desarrollaron las primeras sociedades sedentarias. En México, como sabemos, la mayor parte de las poblaciones que se dedican a esta rama son de carácter sedentarios. El análisis de la cerámica ha desempeñado un papel muy importante en la investigación arqueológica, al grado de que de él se deriva preponderantemente nuestro conocimiento acerca de las poblaciones sedentarias de la historia prehispánica de México.

Si nos guiamos por la fecha de aparición de la cerámica en diversas partes de México y la consideramos una indicación de la época en que en cada una de esas regiones se establecieron poblaciones sedentarias, podemos darnos una idea de cuando se inició la etapa de las aldeas en diversas partes del país.

"Considerando los estudios que se han realizado para localizar vestigios en México de los hombres primitivos y de sus actividades en especial de la realización de objetos de cerámica;

se menciona en "Los orígenes mexicanos" que hasta que la agricultura no se realiza y establece formalmente no surge otra actividad relevante y transcurre mucho tiempo para que se de la aparición de la cerámica." ³²

Por lo que se ha investigado al surgir ésta última, parecen existir en México 2 conjuntos de cerámicas antiguas mismas que tienen diferencias entre sí. Surgen cada una en lugares tales como:

- 1.- Altata, Sinaloa.
- 2.- San Nicolás, Querétaro.
- 3.- Tlapacoya, Estado de México.
- 4.- Purrón, Puebla.
- 5.- Puerto Marqués, Guerrero.
- 6.- Costa de Chiapas, Chiapas.
- 7.- La Victoria y Salinas, Guatemala.

"De las culturas clásicas se han encontrado vestigios importantes; en los conjuntos humanos que pertenecen al preclásico se logra una mejor organización económica, religiosa, social, artística así como científica. Es necesario que se mencionen algunos de los rasgos característicos e importantes de las diferentes culturas que existieron en nuestro país, para de este modo, darle una mejor significancia a la cerámica en la

³²

GAMIO MANUEL, POSIBILIDADES DEL ARTE INDIGENA EN MEXICO, VOL. 3, num. 3, México, pp. 94

historia."³³

HORIZONTE PRECLASICO

Gracias a estudios realizados en México desde hace varios años se han podido reconocer varios horizontes, o sea grandes etapas de desarrollo de Mesoamérica.

Como resultado de las excavaciones realizadas en el norte del Valle de México, se ha llegado a definir de manera precisa lo que es el Horizonte del Arcaico, también llamado preclásico, que corresponde a las más antiguas culturas de la gente sedentaria, con cerámica y agricultura que aparecen en casi toda Mesoamérica.

Las mismas características se encontraron en los objetos localizados posteriormente en varios lugares del Valle de México, como Zacatenco, Ticomán, Cuicuilco, Copilco y Tlatilco; Monte Albán en Oaxaca; Tres Zapotes en Veracruz; La Venta en Tabasco y otros lugares del Area Maya.

Se ha dividido en tres etapas a esta era: Inferior, Media y superior.

En esta etapa las vasijas que se hallaron eran de uso ordinario de color bayo; pudiendo también ser de un tipo negro

³³ Op. Cit. pp.48

pulido y otro blanco, presentaban un desarrollo bastante completo. La decoración de estas era blanca sobre fondo rojo y se inicia este sistema en esta era. Conforme transcurre el tiempo el tipo de decoración se va modificando y también la forma de las figurillas.

Ya para finalizar este horizonte existe una cerámica mucho más avanzada, con otros tipos de cerámica y con una decoración conocida como negativa, la cual consiste en emplear resinas para conservar el color original del barro, en una superficie decorada y al fondo se aplica un color más oscuro.

HORIZONTE CLASICO

El Horizonte Clásico revela un apogeo artístico y cultura y encontró su menor expresión en Teotihuacán. La cerámica se distingue muy especialmente por la base plana de las vasijas. Otra de sus características es el empleo del barro negro grisáceo además del café, que se distingue por su magnífico bruñido. Se caracteriza el pulimiento por huellas del instrumento con que fue practicado y que asemeja palillos.

Nuevas formas y técnicas hacen su aparición, muy en especial la llamada cerámica anaranjada delgada que es un rasgo distintivo de este horizonte. Persiste la decoración negativa, y se utilizan además otros métodos, como el relieve profundo. También llamado

champ-levé.

Las figurillas antropomorfas se distinguen porque en el primer período siguen cierta evolución similar a la del Horizonte Preclásico. Están hechas a mano, y en cambio en las siguientes etapas se emplea el molde.

En teotihuacán se distinguen claramente cuatro períodos conocidos como Teotihuacán I, II, III y IV respectivamente y en cada uno de esos períodos nos encontramos con distintos descubrimientos en cuanto a la forma de realizar ciertos trabajos y en cuanto a la forma de su decoración, la cual va evolucionando período con período. Siguen abundando las figurillas como productos de más abundante elaboración.

La influencia de este mismo período clásico se extendió hasta Guatemala, con la particularidad de que aquí las vasijas en forma teotihuacana tienen motivos ornamentales y cierta influencia maya.

CULTURA TOLTECA

A este período clásico sigue un período, más corto que el anterior y que corresponde a las culturas tolteca y a otros complejos de cerámica. Su mejor exponente se encontró en Tula, Hidalgo y en Chichén Itzá. La cerámica propia de este período es

La llamada de Mazapán que ocurre también en Teotihuacán, en la superficie del terreno en Tula y en otros lugares del Valle de México. Se distinguen por sus formas sencillas y por el dibujo en finas líneas de una gran variedad y con rayas gruesas; los soportes también son distintos de los teotihuacanos. Las figurillas humanas hechas en molde tienen ojos romboides y están pintadas; es muy característica la representación del dios Xipe Tótec.

Otra cerámica es la llamada Coyotlalteco que es abundante en Azcapotzalco, Tenayuca, Teotihuacán y en Tula. Son vasijas de tipo especial cuya decoración es roja sobre crema de buen acabado. se distingue porque la decoración del interior es distinta de la exterior. También hay figurillas humanas que se caracterizan por su forma plana que recuerda a las teotihuacanas.

Este complejo de cerámica también está representado en Morelos donde también es muy común en lugares de este período y se distingue por el predominio de líneas negras y dibujos geométricos que se trazan sobre fondo blanco, las figurillas recuerdan el tipo azteca. Otro complejo cultural de este horizonte es la cultura Maltlazinaca cuyo asiento principal está en el Valle de Toluca. Ahí hay una gran variedad de esta cerámica con decoración de rojo sobre blanco en forma de cuadretes, rojo sobre amarillo y un rasgo muy característico son sus altos soportes, llamados de araña con una mancha roja. Las figurillas

son semejantes a las de las culturas anteriores.

Asociado a estos complejos de cerámica hay otro que originalmente se llamó azteca, porque fue encontrado primeramente en el Valle de México. Es una cerámica que se distingue por su decoración negra sobre el fondo color natural del barro y corresponde a cuatro estilos decorativos distintos, que a su vez representan diversos períodos.

Al Horizonte Tolteca sigue otro muy breve llamado Chichimeca. Muchas veces se intercala al anterior, que esta representado en Tenayuca. Este horizonte se extendió en Puebla, Tlaxcala, en la región mixteca de Oaxaca. Aquí y en Cholula se distingue la cerámica por su magnífico y artístico acabado, en especial la cerámica policroma, cuyas representaciones simbólicas son verdaderos códigos expuestos en las paredes de las vasijas.

La última manifestación cultural en el centro de México y que tuvo repercusiones en toda Mesoamérica fue la llamada Cultura Azteca que data de +1325. La cerámica correspondiente a este período cultural se distingue, especialmente por lo que se ha llamado cerámica azteca, pero posteriormente se averiguó que no era obra únicamente de los aztecas sino que tuvo sus principios en los períodos Tolteca y Chichimeca. Esta manifestación esta dividida en cuatro grupos los cuales varían de acuerdo a los rasgos que en las vasijas se muestran, ya sea en su elaboración o

en su decoración.

CULTURA MIXTECO-PUEBLA

Contemporánea a la cultura Tolteca en los Estados de Puebla y Oaxaca se desarrolló una cultura muy importante que produjo notables obras arquitectónicas y de cerámica, es la llamada Mixteco-Puebla, cuya característica de valor estético es la policromía, que ha gozado de gran fama y se considera como una de las más hermosas de América. En los museos principales de México y del extranjero se encuentran colecciones que revelan un gran gusto artístico. Hay varios estilos de esta decoración policroma, pero el más notable es el llamado policromo laca. El barro de que esta hecha es de buena calidad, bien cocido, de textura fina y sobre la superficie pulida se aplicaba una capa de estuco blanco que servía de fondo a los colores que constituían la decoración. Las formas son también muy variadas: hay copas de soportes circulares, incensarios, vasijas con soportes cónicos, jarras, etc. Lo más importante es la decoración con un sello personal, aquí se ven motivos que aparecen en los códices prehispánicos.

Dentro de este mismo complejo Mixteco-Puebla, hay además de esta cerámica otra más sencilla, de otros colores y formas. Sin embargo, todavía no se ha determinado si fue originada o no en la Mixteca y traída a Puebla o lo contrario, que es lo más probable. Esta misma cerámica sirvió de comercio, y se llevó a Veracruz. e ha encontrado extensamente en la antigua Tenochtitlán, aunque

posiblemente se fabricó aquí.

CULTURA ZAPOTECA

Esta cerámica fue producto de los pueblos zapotecas que tuvieron su asiento especialmente en el centro del Estado de Oaxaca. En la zona de Montealban que es donde se ha explorado ha sido fácil distinguir varios períodos. El primero está representado por cajetes de barro gris de un magnífico pulimento y decoración esgrafiada, cajetes de grandes soportes y también esgrafiados y con acanaladuras, vasijas de formas humanas o de animal, generalmente en forma de grandes vasos cilíndricos. Con esta cerámica vienen figurillas cuyos ojos están hechas por doble cuenca.

En el segundo período se notan influencias del sur de México. Se caracteriza por las vasijas tetrápodos, es decir, de cuatro soportes, y soportes en forma de carrete, a la vez que cerámica decorada de rojo sobre anaranjado o rosa; rojo sobre amarilla con líneas esgrafiadas lo mismo que sobre café oscuro. Otra cerámica muy importante es la de decoración al fresco.

La tercera época es la propiamente zapoteca y aquí se encuentran vasijas en forma de florero, olas con dos asas vertederas y urnas incensarias en la cuarta época, hay un uso muy abundante de la cerámica de barro negro o café apenas pulido. Lo más notable son las grandes urnas zapotecas y vasos de estuco, de

rojo o verde, platos de fondo plano y vasos en forma de garra de tigre.

Finalmente, el quinto período corresponde a la cerámica mixteca, que ya se mencionó.

CULTURAS DEL GOLFO

Gracias a las exploraciones que se han realizado, se conoce mejor la llamada cultura totonaca y con ella la cerámica propia de este pueblo. Hay que distinguir, sin embargo, lo que es obra de los totonacas y los restos arqueológicos que fueron probablemente anteriores a ellos, como los del Tajín y otros que se encuentran en varias regiones de Veracruz.

Se han reconocido dos períodos llamados uno el "Ranchito de las Animas", cerca de Cempoala, cuya cerámica tiene relación con las del período Clásico y otro más reciente llamado "Cerro Montoso" donde es muy típica la cerámica con decoración blanca y motivos elaborados y además otra relacionada con los de la Meseta Central. La cerámica de estos períodos ha sido encontrada en la parte Central del Estado de Veracruz, en la Isla de los Sacrificios.

En cuanto a la cerámica del Tajín, se aprecian tres fases, la primera y más antigua se representa por cerámica negra cuyas formas recuerdan las teotihuacanas y llevan decoración negativa.

La segunda muestra influencias de la Huasteca por la cerámica negra por el esgrafiado. También abunda la cerámica llamada marfil y la anaranjada con decoración incisa.

La tercera época es una continuación de la anterior, pero la cerámica negra desaparece y es reemplazada por la anaranjada. Ahora aparecen vasijas policromas semejantes a las de Cholula, y la región Mixteca.

CULTURA HUASTECA

Se conoce principalmente en la región de Tampico. Se han reconocido varios períodos o etapas de desarrollo que son las siguientes:

En el primero, las vasijas tienen un baño blanco, son de silueta compuesta; la decoración es muy rudimentaria, hecha de líneas incisas y son características las impresiones textiles en ellas.

En el segundo período, destaca la cerámica pulida negra, cajetes con paredes verticales y pequeños platos. muy importante es la decoración al fresco sobre cerámica negra y los soportes que dan la impresión de ser planas. Es también típica la decoración en relieve de finas líneas realizadas.

El tercer período, se distingue por una cerámica de pasta de

excelente cocimiento de color crema sobre rojo y de muy buen pulimento. Algunos ejemplares tienen acanaladuras circulares ornamentales.

En el cuarto período es muy común la cerámica roja y la cerámica negra con decoración esgrafiada; pero también puede encontrarse algo de decoración negativa.

El quinto período se caracteriza por la decoración rojo sobre crema que ocurre en cajetes de base blanca.

Finalmente, el sexto período es el más famoso. Aquí aparece la llamada cerámica huasteca que se caracteriza por sus variadas formas, excelente barro y magnífico cocimiento. Sus formas son de calabaza y otros frutos, provistos de asas vertederas y transversales en el cuello a manera de cesto. Son frecuentes también las vasijas de forma humana o solamente una cara humana realzada sobre el cuello. Por otra parte, la decoración que va sobre el cuello o cubre todas las partes de la vasija y representa caracoles o formas estiladas es también sui generis, de fondo crema o blanquecino con dibujos geométricos negros y rojos.

CULTURAS DEL NORTE Y DEL OCCIDENTE

Hace pocos años se llegó a conocer una serie de culturas representadas en especial por su cerámica, en el Noroeste de

México. Anteriormente se pensaba que todo era obra de los tarascos, pero se ha podido comprobar que la cultura propiamente tarasca tuvo su centro principal en el Estado de Michoacán. Características de esta cerámica son las figurillas humanas que siguieron la técnica de moldeado y nunca adoptaron el modelo como ocurrió en el Valle de México. Por su parte, las cerámicas propiamente tarascas son también de estilo especial y variado, en forma de cajetes, ollas, vasos, copas, vasijas de formas diversas, igualmente que su decoración es esgrafiada y pintada. La decoración esgrafiada no es común, en cambio la pintada aparece en gran variedad de formas; casi siempre es geométrica y dispuesta sobre el cuerpo del ejemplar, especialmente el dibujo va en el interior cuando los cajetes son de poco fondo, pues en la inmensa mayoría va en el exterior. Los colores predominantes son rojo, crema y negro.

Aunque no precisamente en el Estado de Michoacán, pero si limítrofe, en Guanajuato hay una cerámica muy famosa procedente de Chupicuaro que se distingue por sus formas especiales de soportes cónicos, vasijas en forma oval, ollas, cajetes de decoración muy brillante, bien ejecutada, pero todavía de carácter geométrico.

En los Estados de Colima, Nayarit y Jalisco hay también cerámicas especiales. Lo más notable son esculturas de barro que representan diferentes personajes. Están hechos con mucho

realismo y corresponden a hombres y mujeres en diferentes actitudes; todos van ricamente pintados. Un rasgo interesante son las representaciones de perros que son muy abundantes, algunas de ellas figuran perros cebados ya que los antiguos pueblos tarascos se alimentaban de ellos. Existe una pequeña diferencia entre las obras de Nayarit con las de Colima, en cuanto al acabado, lo mismo que las formas y la decoración que van cubiertas de dichas figuras.

En Zacataecas y parte de Durango existió también una cerámica muy peculiar que se ha reconocido en las zonas arqueológicas de Chalchihuites y la Quemada, donde existen dos tipos de cerámica: una de barro negruzco sobre la cual se practicaban relieves con motivos geométricos que a veces iban rellenos de pintura, es la característica llamada de aloisoné. La otra cerámica que es muy abundante está hecha de un barro crema bien pulido y sus decoraciones son en rojo, en la que predominaban formas de animales o motivos geométricos.

En el Estado de Chihuahua, en especial en la región de Casas Grandes tenemos una cerámica muy interesante porque pertenece más bien a las culturas del suroeste de los Estados Unidos. Esta cerámica es también muy bien hecha, policroma, de fondos crema con decoración negra y roja, de motivos geométricos y algunos naturalistas.

En Sinaloa se han descubierto varias culturas con una cerámica especial. En Guasave y Chametla, aparecen varios tipos de cerámica policroma muy particularmente el tipo llamado Aztatlan.

Son muy valiosas porque su estudio ha permitido establecer relaciones con el centro de México. El Estado de Sonora es apenas conocido bajo el punto de vista arqueológico. Las culturas que ahí existieron tienen mas bien relación con las del suroeste de los Estados Unidos.

CULTURA MAYA

Actualmente gracias a los estudios realizados por diversos arqueólogos, se tiene conocimiento exacto de las culturas y con ello las cerámicas típicas fabricadas por los mayas.

Hay varias regiones con cerámicas características; además en la zona maya se hallan representados distintos horizontes culturales que ofrecen contemporaneidad con las del Centro de México. Las regiones principales son el Usumacinta, Petén, Copán, Altiplano del Pacífico, Altiplano del Atlántico y Yucatán. Sin embargo hablar de todas esas regiones implicaría un estudio bastante amplio, por lo que sólo se tomará en cuenta la región del Petén como ejemplo característico de las secuencias culturales que revela la cerámica. Los periodos culturales en esta región se denominan: Memon, Chicanel, Tzakol y Tepeu. cada

uno de ellos se distingue por forma y decoración especial.

El período Memon se caracteriza por sus grandes ollas globulares, platos de fondo profundo y cajetes. La decoración en esta etapa es muy sencilla, son estrias decorativas en las ollas, y los cajetes llevan bandas de decoración incisa y algo de decoración pintada de rojo y crema.

En el segundo período Chicanel las formas son parecidas a las anteriores, con la diferencia de que los platos tienen un reborde en la parte superior, a la vez que aparece el ángulo basal. La decoración es también un poco más elaborada; ocurre en líneas verticales decorativas, decoración esgrafiada, de pastillaje, la decoración pintada es rara, pero también se practicaba.

El período Tzakol que corresponde al Horizonte Clásico es de un notable adelanto artístico y de gran variedad de formas; las vasijas con soporte son muy abundantes, lo mismo que los soportes anulares de pedestal, asas, tapas, grandes ollas globulares y sobre todo, los platos y cajetes son de forma muy elaborada, llevando por regla general el reborde basal como algo muy distintivo, las formas de los soportes también son muy variadas lo hay cilíndricos, cónicos, planos.

En cuanto a la decoración es todavía más rica y característica; aquí aparecen verdaderas obras de arte, ya que

tenemos magníficas representaciones policromas de carácter simbólico, de muy variados colores; hay otros motivos geométricos combinados con los naturalistas, y magníficas vasijas con tapa en forma de animal que constituyen objetos excepcionales.

El período Tepeu es menos artístico que el anterior; guarda semejanza con el período Tzakol en cuanto a que presenta formas variadas de cajetes pero ya sin la moldura basal tan abundante. En cambio, tenemos la presencia de altas vasijas de base anular y otra variedad de formas. Su decoración también es muy distintiva, todavía tenemos representaciones simbólicas y una decoración muy especial, son bandas de grifos que aparecen en los bordes de las vasijas a manera de ornamento.

En todos los períodos señalados aparecen también tipos de figurillas cuya forma y acabado es peculiar característico de cada uno de esos períodos.

Los últimos horizontes culturales en Yucatán corresponden a las culturas tolteca y azteca en que predominan las cerámicas anaranjada fina, plumbate y otras muy peculiares de los últimos períodos.

Tales son, a grandes rasgos, las principales cerámicas que han servido para definir los distintos horizontes culturales en que se hallan comprendidas las culturas que tuvieron su

desarrollo en Mesoamérica.

7.1.2 PRINCIPALES SITIOS DE CREACION ARTESANAL

En México, la producción de cerámica con técnicas tradicionales ocupa un renglón importante ya que es elaborada por un gran número de habitantes del país, tanto de las áreas rurales como de algunas ciudades.

Existen algunos centros alfareros que producen objetos no sólo para uso local sino que se extiende a otras regiones del país representando además esta actividad una parte importante del ingreso económico familiar.

En estas líneas daremos una relación de poblaciones que destacan en la elaboración de objetos cerámicos en la forma tradicional.

-Jalisco: en Tlaquepaque miniaturas hechas con moldes policromadas, representando tipos populares, como vendedores, globeros, militares, etc., escenas de la vida diaria, como bautizos, bodas, fiestas y costumbres (jugadores, corridas de toros, etc.), Tonalá es tal vez el centro más representativo del Estado ya que conserva varios estilos tradicionales como el de petatillo (vidriada, decorada al pincel con líneas rectas cruzadas formando una cuadrícula muy fina). Se llegó a pensar que antes de decorar estas piezas se les colocaban encajes y sobre estos

pintaban; ahora también se trabaja alta temperatura. En Santa Cruz de las Huertas, animales fantásticos, juguetería popular, alcancias policromadas y barnizadas. El Rosario, loza canelo decorada con motivos florales, en tonos rojos sobre fondo crema. Tateposco la misma clase sólo que el acabado es más fino. La Barca, ollas, jarros y platos vidriados en color verde y café.

-Estado de México: Tecomatepec produce jarros pulqueros de cuello alto, vidriados, decorados con leyendas y figuras, además juguetería. Valle de Bravo se trabajan muchos objetos de uso y decorativos, vidriados en café oscuro, verde y amarillo, no decoran al pincel ya que el vidriado grueso es suficiente adorno. Metepec reconocido centro alfarero del Estado tiene una enorme producción de barro vidriado como cazuelas, jarros y objetos utilitarios, y de figuras policromadas decorativas, sobresaliendo los caballos alados, sirenas y los árboles de la vida que llegan a ser de tamaño gigantesco.

-Michoacán: Capula, vajillas y macetas vidriadas de barro, café "charanda", decoradas a mano. Huáncito, cántaros con técnicas de tradición indígena bruñidos, pintados a mano en barro rojo, decorados al pincel en blanco, negro y café "charanda". Ocumicho figuras fantásticas de diablos y monstruos pintados después de quemados, con colores de esmalte. Patamban, loza verde oscuro, decorada con verde claro y blanco, roja bruñida adornada en negro, rojo y blanco, a cuyo vidriado se mezcla óxido

de cobre que le da una coloración de un verde intenso, ollas para agua (piñas) con decoración de pequeños picos colados uno a uno en la superficie hasta cubrirla por completo, con tapadera. San José de Gracia, piñas y poncheras verdes de pastillaje a mano. Santa Fe de la Laguna, café oscura vidriada, casi negra de diversas formas (ollas, poncheras, etc.), Tzintzuntzan, vidriada crema con decoraciones negras y negra con decoraciones cremas, vajillas, fruteros, etc.

-Puebla: Acatlán, candeleros color negro y policromos, árboles de la vida, figuras zoomorfas bruñidas. Altepeixi, loza de tipo doméstico de técnica rudimentaria. Amozoc, negra vidriada, juguetería, loza doméstica, loza ceremonial policroma, pintada al sin vidriar, pintada al temple para Navidad y Todos Santos. Izucar de Matamoros, loza sin vidriar, pintada al temple con características originales, ornamental y ceremonial. Puebla, miniaturas para decorar las mulitas de tule y hoja de plátano, en el barrio de La Luz y la Acocota candeleros vidriados en negro, cazuelas y ollas decoradas al molde o con aplicaciones al pastillaje, sin olvidarnos de la llamada talavera. San Marcos Acteopan, loza que abastece gran parte de la región sur del Estado (jarros, ollas).

-Oaxaca: Juchitán, enfriaderas para agua de forma de mujer que carga un cántaro sobre la cabeza. Consta de tres partes: soporte, arenero y olla. Oaxaca, loza chorreada de diferentes

colores y formas. Jamiltepec, juguetes de inspiración prehispánica, decorados al pincel con anilinas disueltas en agua. Santa María Atzompa, muñecas y otras figuras decoradas al pastillaje, a mano libre, de una cochura en barro natural, vidriadas en parte o completas. Coyotepec, figuras de barro negro bruñidas a mano (cántaros, sirenas). Ocotlán, sahumerios, jarras con formas de animales y figuras representando diversos actos de la vida, hechas a mano decoradas con anilinas disueltas en agua o pintadas al temple. Tehuantepec, tanguyús y juguetes en barro cocido y pintados al temple.

-Guanajuato: Dolores Hidalgo, vajillas floreadas y vidriadas. Guanajuato, miniaturas para las fiestas de Corpus Christi y Navidad, vidriada, mayólica, loza blanca y talavera.

-Guerrero: Ameyaltepec, Tulumán y San Agustín Oapa, ollas, máscaras, figuras zoomorfas, figuras fantásticas de una cochura a ras del suelo, "borrachitos" decorados al pincel en café; trastecitos de una cochura, en Ayahualco; Atzacualoya, cazuelas al molde bruñidas a mano. Tecpan, Coayul y El Zarquito, doméstica. San Cristóbal, Ometepec y San Marcos, cántaros decorados al pincel con decoración floral y en rojo. Magdalena, Ajuchitlán, Tiringueo y Acapetlahuaya, doméstica. Zacuapán, Tlaxcahuacán, cántaros. Acatlán, juguetes a mano decorados con anilinas y barnizados. Chaucingo, Tlalpa y alrededores, alfarería popular.

-Chiapas: Ahuacatenango y Amatenango del valle, con diseños y formas que dejan traslucir su raíz indígena.

La diversidad de técnicas y diseños es versátil, las técnicas que se emplean en la alfarería son: objetos elaborados con barro blanco, barro rojo, porcelana, loza blanca, barro bruñido, cerámica vidriada, entre otras.

Como los productos que se elaboran son tanto utilitarios como ornamentales, se pueden aprovechar estos aspectos para darle difusión a los artículos. Además existen diversos productos. En el extranjero es sabido que aprecian las artesanías; la calidad de los artículos es buena, los diseños son únicos.

Lo anterior resulta atractivo en un mercado en donde los productos se elaboran en serie y tienen una misma forma, idéntica e inclusive poco creativa. Así si se lo proponen las instituciones de apoyo y los productores, pueden aprovechar los puntos fuertes de la industria y abarcar un mejor mercado.

"Existe un reto para todos los sectores económicos, en el país se han desarrollado diversas actividades a nivel político, social y económico. En este último ámbito cabe mencionar al TLC. México por ser un país en vías de desarrollo requiere de diversos cambios para lograr hacer frente a los mercados y requerimientos

del extranjero.

Así el sector de la artesanía, en especial la rama de la cerámica requiere de apoyos reales, que permitan a los artesanos incrementar su producción, emplear medios de publicidad, comercializar sus productos, producir con calidad, aspectos que permitirían enfrentar sin problemas al TLC."³⁴

7.1.3 EL VIDRIADO EN LA CERAMICA

En términos generales, podemos decir que desde el Neolítico fueron aplicados 2 perfeccionamientos a la producción cerámica: la rueda o torno, para maniobrar los recipientes, y la adhesión de una cubierta vítrea o vidriado, para impermeabilizarlos.

Al parecer, los orígenes de ambas técnicas se encuentran en Egipto y Asiria, y cabe destacar que la vitrificación policroma de ladrillos se practicó en Susa y en Babilonia durante el siglo V a C., utilizando principalmente los colores azul, amarillo, blanco y rojo.

Testimonio de esta técnica persa son los revestimientos con losetas vidriadas de algunas superficies en el palacio de Darío; los frisos de los arcos en los palacios de Artajerjes I y Artajerjes II, en Susa, al igual que la sala de Jerjes I, en la

³⁴ DE LEON, I. Op. Cit. pp. 78

ciudad de Persépolis.

De la misma manera, en China, desde la época de los Han se observa por vez primera el empleo del vidriado, siendo incluidos los productos cerámicos de esta época en el periodo denominado Proto-porcelana.

En vista de lo anterior, podríamos convenir en que la cerámica vidriada fue, en la antigüedad, una técnica casi exclusivamente oriental, y si bien el mundo grecoromano no la ignoró, al menos opuso al azulejo el empleo de sus policromos mármoles, estucos y mosaicos.

COMPUESTO

Respecto a la técnica del vidriado -también llamado barniz-, anotaremos que fue logrado mediante una composición a base de plomo, arena y sal común -en este caso sería denominado plúmbeo-, misma que molida, fundida y mezclada con agua, se aplicaba como un baño a los objetos de arcilla que habían pasado por una cocción, y para lograrlo definitivamente, las piezas eran sometidas a una segunda cocción.

Esta técnica dio a las vasijas y losetas la impermeabilidad de que carecían, cubriéndolas con un barniz lustroso y duradero que además les confería un aspecto similar a los objetos de

vidrio.

Conviene puntualizar que el mencionado barniz plúmbeo es en realidad un vidriado transparente, luego entonces se le añadía un óxido metálico para colorearlo. De esta forma, para su decoloración, los colores eran obtenidos de los siguientes óxidos:

- | | | |
|----|-----------|-----------------|
| 1. | Antimonio | amarillo |
| 2. | Cobalto | azul |
| 3. | Estaño | blanco |
| 4. | Manganeso | negro |
| 5. | Cobre | verde |
| 6. | Hierro | rojizo o dorado |

Asimismo se distinguieron principalmente 2 tipos de barnices:

1. Barnices con plomo
 - Sílico - plumbíferos
 - Boro - plumbíferos
 - Estaño - plumbíferos
2. Barnices sin plomo
 - Alcalinos
 - Alcalino - ferroso

En consecuencia la cerámica vidriada comprende piezas recubiertas con ambas clases de barnices.

"Por otra parte, como es sabido, las técnicas alfareras en la península ibérica fueron enriquecidas a partir del establecimiento de los árabes en dicho territorio, mismas que asimilaron, y posteriormente desarrollaron los pueblos locales. Algunas de ellas pasaron al Nuevo Mundo, desde los comienzos de la colonización europea, como aporte cultural hispano."³⁵

Así cabe destacar que fue durante la formación del Califato de Córdoba cuando se comenzó a emplear en la alfarería el "vedrio" y hasta el siglo XIII dC, cuando los alfareros malagueños lograron 2 nuevas técnicas:

1. Empleo de azul cobalto
2. Obtención de esmalte blanco y opaco, aplicado tras una primera cocción de la pieza y vitrificado en la segunda.

Llama la atención saber que el manejo del mencionado óxido tenía que ser muy cuidadoso, ya que éste se volatizaba con facilidad, por lo tanto, había que mezclarlo proporcionalmente con arena, pues de lo contrario su fuerza de expansión, debida al calor, podía manchar no solo la pieza decorada, sino también a otras piezas vecinas.

³⁵ MARTINEZ PEÑALOZA, P. ARTE POPULAR Y ARTESANIAS ARTISTICAS EN MEXICO, S.H.C.P. pp. 45

En lo que respecta al esmalte blanco, llamado por lo general mayólica, se logró hacer mediante una mezcla de estaño, plomo, arena, sal y agua, con la cual se aplicaba un baño a la pieza de arcilla que ya había pasado por una cocción, sobre esta cubierta se realizaban decoraciones con óxidos metálicos y, tras una segunda cochura de la pieza o azulejo, quedaba vitrificada, destacando sobre el fondo blanco y opaco los colores deseados. Las proporciones de estaño y plomo tenían que ser diferentes, o sea, a mayor cantidad de estaño más blanco quedaba el barniz o esmalte.

ORGANIGRAMA CLASIFICATORIO DE LA CERAMICA COLONIAL EN LA CIUDAD DE MEXICO.

El lineamiento general del proceso clasificatorio del material fue, examinar algunos costales de escombros, con el objetivo de observar directamente las diversas clases de cerámica, denominada "colonial", después, continuar con la búsqueda de atributos característicos que permitieran establecer grupos mayores que representen fuertes contrastes, en seguida, consolidar esta división preliminar mediante el análisis de materiales de pozo, lo cual permitiría separar especialmente éstos grupos cronológicos semejantes pero con diferencias entre sí. De esta manera fue como se inició, por una diferenciación en base al acabado de superficie y a la técnica de manufactura, el establecimiento de familias:

1. VIDRIADA
2. NO VIDRIADA

Estos atributos fueron fundamentales en la clasificación, ya que la vitrificación era desconocida en el mundo prehispánico, lo más que se logró fue un semivitrificado en la cerámica Plumbate. Por lo tanto, el Vidriado es considerado rasgo diagnóstico de aportación española, y el No Vidriado, de aportación indígena. La separación interna de la Familia Vidriada fue en atención a la clase de barniz, que de hecho es también técnica de manufactura y función, puesto que las vasijas con baño de barniz plúmbeo, si éste fue aplicado en su interior, servirán mejor para cocinar directamente sobre el fuego, pues las paredes que soportarán los líquidos de cocimiento quedarán impermeabilizadas y las paredes exteriores conservarán la porosidad natural del barro, lo cual permitirá la absorción del calor, facilitando la preparación de los alimentos.

Por el contrario, las vasijas con baño de barniz estaño - plumbífero nunca se utilizaron sobre el fuego directo, sino que su función principal fue la de contención de alimentos. Otro atributo de técnica de manufactura que fue considerado, es la doble cochura requerida para lograr la vitrificación. La división interna de la familia No Vitrificada obedeció a la técnica de manufactura y a la función genérica, de esa manera resultaron los Grupos Alisado y Pulido, ambos de una sola locción

y de uso utilitario.

En nuestra tipología no consideramos criterio definitivo la forma, dado que eminentemente trabajamos con tiestos y pocas piezas completas, por lo cual nos basamos en la decoración, distinguiendo 3 variantes de esta:

1. Integrada a la superficie: incisión, incrustación, sellado.
2. Color : óxidos metálicos
3. Mixta : combinación de los primeros.

DESCRIPCION DEL MATERIAL

FAMILIA VIDRIADA: Grupo de barniz plúmbeo

TIPO VIDRIADO NEGRO

PASTA: color café, trazas de carbonatos, desgrasantes de fragmentos de roca, plagioclasas, hornoblenda.
Cocimiento bueno.

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, engobe de plomo.

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total

TIPO DE DECORACION: negro

TIPO DE COLORANTES: óxido de magnesio

TIPO DE DISEÑO: geométrico irregular, en bandas horizontales, verticales, mixtas.

UBICACION DEL DISEÑO: exterior, en el borde, cubriendo la superficie.

FORMAS: bacín, taza, florero, maceta
FUNCION: uso doméstico ornamental, contención de
 alimentos, contención de deyecciones.
VARIANTES: negro sellado, negro inciso

TIPO VIDRIADO POLICROMO

PASTA: color rojo café, porosa, desgrasante de fragmentos de
 roca basáltica y andesítica, plagioclasas, hornoblenda,
 arcilla limonitizada con alto porcentaje de fierro.
TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, modelado, engobe de plomo
ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total, mediana fusión de
 engobe.
TIPO DE DECORACION: incisa, pintada sobre la superficie
COLOR DE DECOLORACION: verde, negro, café, blanco
TIPO DE COLORANTES: oxidos de fierro, manganeso, estaño
TIPO DE DISEÑO: elementos fitomorfos, motivos
 convencionales
UBICACION DEL DISEÑO: interior, exterior, en el borde.
FORMAS: cajete trípode
FUNCION: contenido de alimentos
VARIANTES: no esclarecidas

TIPO VIDRIADO VERDE

PASTA: porosa, color gris claro, desgrasante de plagioclasas,

hornoblenda, augita, ausencia de carbonato.

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, modelado, engobe de plomo

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total, parcial

TIPO DE DECORACION: incisa, sellada, pintada sobre la superficie

COLOR DE DECOLORACION: verde, negro, café

TIPO DE COLORANTES: fierro y plomo, manganeso, manganeso y fierro

TIPO DE DISEÑO: motivos fitomorfos, zoomorfos, convencionales, siglas.

UBICACION DEL DISEÑO: interior, exterior, cubriendo parcial o totalmente la superficie.

FORMAS: jarra, cazuela, plato, olla, candelero

FUNCION: cocción de alimentos, contención de alimentos, uso doméstico.

TIPO VIDRIADO CAFE

PASTA: porosa, color gris claro, desgrasante de plagioclasas, hornoblenda.

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, modelado, engobe de plomo

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total, parcial

TIPO DE DECORACION: incisa, sellada, pintada sobre la superficie

COLOR DE DECOLORACION: negro, café

TIPO DE COLORANTES: manganeso, manganeso y fierro

TIPO DE DISEÑO: motivos fitomorfos, zoomorfos, convencionales.

UBICACION DEL DISEÑO: interior, exterior, en el borde cubriendo parcial o totalmente la superficie.

FORMAS: jarra, cazuela, plato, olla, candelero, bacín, vasijas miniatura.

FUNCION: cocción de alimentos, contención de alimentos, uso doméstico.

FAMILIA VIDRIADA: Grupo de barniz estaño -plumbifero

TIPO POLICROMO

PASTA: porosa, color rosado, desgrasante de cuarzo, piroxenas, anfibolas, magnetita, limonita.

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, moldeado, engobe de plomo

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total, parcial

TIPO DE DECORACION: pintada sobre el engobe

COLOR DE DECOLORACION: negro, verde, amarillo, anaranjado

TIPO DE COLORANTES: oxido de manganeso y fierro, cobre, plomo.

TIPO DE DISEÑO: motivos fitomorfos, zoomorfos, antropomorfos, geométricos.

UBICACION DEL DISEÑO: interior, exterior, mixtos en el borde, en el fondo, cubriendo la superficie.

FORNAS: plato, tasa, azulejo, tazón.
FUNCION: cocción de alimentos, contención de alimentos, uso doméstico, uso arquitectónico.

TIPO AZUL/BLANCO

PASTA: porosa, color crema rosado claro, desgrasante de cuarzo, plagioclasas, anfibola, limonita, magnetita.

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, moldeado, engobe de plomo

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total.

TIPO DE DECORACION: pintada sobre el engobe

COLOR DE DECOLORACION: negro, azul, amarillo

TIPO DE COLORANTES: manganeso y plomo, oxidos de cobalto, plomo.

TIPO DE DISEÑO: motivos fitomorfos, zoolorfos, antropomorfos, geométricos.

UBICACION DEL DISEÑO: interior, exterior, en el borde cubriendo parcial o totalmente la superficie.

FORMAS: jarra, maceta, plato, olla, candelero, bacín, platonos, tazón

FUNCION: cocción de alimentos, contención de alimentos, uso doméstico.

TIPO MONOCROMO

PASTA: porosa, color crema rosado claro, desgrasante de cuarzo, plagioclasas, calcita

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, moldeado, engobe de plomo

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total.

TIPO DE DECORACION: integrada a la superficie por la fusión del engobe con un óxido colorante.

COLOR DE DECOLORACION: azul, amarillo, verde

TIPO DE COLORANTES: plomo y fiero, óxidos de cobalto, y cromo y plomo.

TIPO DE DISEÑO: ausencia

UBICACION DEL DISEÑO: ausencia

FORMAS: jarra, maceta, plato, olla, candelero, bacín, platonés, tazón, taza, azulejo

FUNCION: cocción de alimentos, contención de alimentos, uso doméstico.

TIPO VERDE/CREMA

PASTA: porosa, color rosado claro, desgrasante de cuarzo, plagioclasas, anfíbola, limonita, magnetita.

TECNICA DE MANUFACTURA: torneado, moldeado, engobe de plomo

ACABADO DE SUPERFICIE: vitrificado total.

TIPO DE DECORACION: pintada sobre el engobe

COLOR DE DECOLORACION: negro, verde, amarillo

TIPO DE COLORANTES: manganeso, fierro, óxidos de fierro y

	plomo.
TIPO DE DISEÑO:	exterior, interior, en el fondo, en el borde.
FORMAS:	plato, tazón.
FUNCION:	cocción de alimentos, contención de alimentos, uso doméstico.

7.2 CERAMICA POPULAR EN MEXICO

7.2.1 Concepto

Cerámica (del griego Keramos: arcilla) significa el arte de fabricar vasijas y objetos de barro. Alfarería; arte del alfarero, taller donde se fabrican objetos de barro. Se les llama objetos de loza a otros productos de arcilla.

La cerámica y la alfarería son vocablos que se emplean para designar a una misma técnica o arte.

" En la actualidad algunas personas, poco estrictas y menos enteradas, usan la palabra cerámica para referirla a los objetos elaborados con pastas industriales y tratan de limitar los objetos hechos con barros morenos o rojos, a sus finos oídos les suena mejor ceramista que alfarero"³⁶

³⁶ REYNOSO LUISA, Op. Cit. pp. 35

Se piensa que la alfarería surge con la aparición del hombre, probablemente fue la mujer la inventora de la alfarería, como en el caso de la agricultura; son distintas las versiones que apoyan lo anterior una de ellas menciona lo anterior: en un cesto de tejido abierto se recolectaban semillas, a este se le embarró de lodo para evitar que se salieran las semillas, por casualidad el cesto quedo cerca del fuego y se endureció; llamando así la atención de los hombres, que desde entonces utilizaron la arcilla para fabricar objetos.

7.2.2 ANTECEDENTES

En México se da el nombre de "loza" a todos los productos de uso doméstico, elaborados con tierra, barro cocido; esta puede ser engretada o sin engretar.

Los objetos de barro engretados o vidriados, son los que requieren de dos tipos de quema a diferencia de los demás objetos de cerámica; se requiere de hornos que sean eficaces, es decir que mantengan la temperatura a muchos grados. La primera quema se realiza para endurecer la pasta cerámica y la otra se emplea para fijar el esmalte vidriado. En la primera quema se realiza sin preverlo, eliminar las piezas defectuosas, así en la segunda quema, se obtienen piezas de calidad.

Los objetos como candeleros o algunos productos industriales, tales como tejas, canales, tubos, etc. no los identifican las personas como loza.

La loza podemos clasificarla en dos grandes categorías: la loza de barro cocido y la loza vidriada.

Con respecto a estas categorías, la loza se identifica con el nombre del estado en donde es realizada, así se denomina "loza de Toluca", "loza de Tonalá", "loza de Metepec", etc.. La loza también se distingue por su calidad.

Es imposible establecer las características de la cerámica en forma general, cada estado tiene su diferente tipo de cerámica, es por eso que nos parece más ilustrativo describir a la cerámica de México por regiones. Lo anterior nos permite conocer en que lugares se produce más cerámica y de que tipo.

La loza de barro cocido, son identificados como aquellos en los que no influyo la conquista con técnicas o la civilización actual. Muestra de este tipo de cerámica es la tolteca y azteca, o aquella que se sigue realizando en algunas poblaciones de Oaxaca y Puebla. La elaboración de este tipo de cerámica no es muy elaborada, es mas bien sencilla, no tiene tantos motivos.

Las formas y decoraciones de la alfarería antigua se han

perdido a través de una serie de transformaciones, mismas que se han dado de generación en generación, no se le resta la importancia y belleza que tenía la cerámica de nuestros antepasados, pero es indudable que la producción actual es diferente a la anterior, tanto en la forma de elaboración, como en las técnicas empleadas.

La cerámica o alfarería actual tiene un sello particular, un carácter propio; lo anterior se puede notar especialmente con la loza vidriada.

La loza vidriada es una modificación hecha desde los primeros años de la dominación española, modificación que propicio un desarrollo gradual en la alfarería.

Las cualidades de esta loza son muy semejantes en toda la República, debido a que los métodos de cocción y elaboración son similares; las variantes que se pudieran observar en este tipo de loza es la de carácter artístico.

La loza vidriada sirve para cocinar y guardar los alimentos, esta hecha de barro ordinario, decorada en diversas formas, cocida a una temperatura de 300 y 400 grados, cubierta con una capa de greta de Pachuca (generalmente la materia proviene de este lugar), y recocida a temperaturas de 300 y 400 grados. Su color varia entre el amarillo miel, el ocre oscuro, y el siena.

Las formas de decoración , varían dependiendo de la región.

Los tipos de loza son : ollas para el agua, ellas pequeñas destinadas para la cocina, cazuelas de toda clase, platos platonos, bandejas, jarros de todas clases, etc.

Así, la producción alfarera en México es enorme. Ella ocupa el primer lugar entre todas las artes populares, bajo el punto de vista comercial, artístico y de utilidad doméstica.

Considerando a la alfarería en México desde el punto de vista artístico, sus productores mas importantes son los que provienen de Oaxaca, Tonalá, Puebla, Capula, Amatenango del Valle, entre otros. La alfarería es una industria que se ejerce en todos los Estados de la República pero los centros productores más importantes son: Estado de México, Jalisco, Oaxaca, Michoacán, Puebla, Guanajuato, Aguascalientes, Tlaxcala, San Luis Potosí, Chiapas y Chihuahua.

7.2.3 TECNICAS UTILIZADAS

Un aspecto importante para la realización de la cerámica es que en gran parte de la República Mexicana, abundan buenos barrizales, en muchos casos estos barrizales son los que existían antes de la conquista. En la cerámica que se realiza actualmente en el medio rural aún se utilizan formas y técnicas que se empleaban hace varios siglos antes de la llegada de los

españoles. Los objetos que se elaboran son para uso doméstico y en algunas poblaciones para comercializar con otras comunidades.

Debido a las diversas clases de arcilla que abundan en nuestro territorio, los artesanos elaboran gran variedad de formas y acabados que se emplean como utensilios de uso ritual y doméstico en juguetería y como simple decoración.

Durante mucho tiempo la actividad de la cerámica estuvo restringida únicamente a los quehaceres de la mujer. Las mujeres elaboraban a mano diferentes formas de barro, destacando los cántaros, ollas y utensilios de cocina; sus piezas eran importantes para la comunidad. La participación de los hombres fue provocada por la influencia de los españoles; en algunos pueblos, es común que ambos sexos trabajen el barro.

Para quien adquiere las piezas y para las mismas alfareras, las ollas y cántaros forman parte de sus enseres cotidianos; se pierde entonces la apreciación del arte, imaginación y creatividad expresada en los artículos.

Con respecto a la fabricación de los objetos, las técnicas antiguas de producción aún sobreviven. El barro es una de las materias primas que no escasea, no ha representado jamás un problema para los artesanos conseguirlo; el proceso de erosión geológica de la superficie de nuestro planeta durante millones de

años lo ha producido, es un material común y abundante que la propia naturaleza sigue formando.

La mayoría de los barroes que se emplean por los artesanos en México son llamados "superficiales", porque se encuentran cerca de la superficie; existen también minas más profundas, pero los artesanos por carecer de herramientas necesarias no recurren a ellas.

El equipo que emplean los artesanos es sencillo; para obtener el barro emplean un pico, una pala, un ayate o un bote, un animal de carga y más que nada voluntad y dedicación para la elaboración de los productos.

En relación con las técnicas que se emplean, pueden variar un poco de región en región, pero su evolución ha sido totalmente autóctona, los instrumentos rudimentarios; los resultados de los trabajos siguen siendo hermosos y útiles a pesar del progreso y modernización.

En general, los barroes se queman para realizar una pieza, los barroes dan distintas tonalidades con la quema, los colores van del café al rojo y al café oscuro, siendo los más comunes los que dan color rojo. Los alfareros al referirse a ellos, siempre describen los colores del barro crudo, por ejemplo, tal como sale de la mina dicen: el barro es "negro", el barro es

"amarillo", etc..

Subsisten tres grupos productores de cerámica tradicional: la de raíces indígenas que se elabora con técnicas muy antiguas: modelado a mano libre y cocida a ras del suelo; la que adopta las técnicas y diseños traídos por los españoles, como la llamada de talavera; y la que resulta de la natural fusión de estas influencias, es decir, las vidriadas; otra de reciente introducción es la de alta temperatura. Algo muy aparte, es la que se produce en fábricas, de tipo industrial, de los grandes talleres.

Para la elaboración de piezas de cerámica se usan tres técnicas: modelado a mano, en la que el artesano elabora las piezas sin emplear molde; con moldes para producir regularmente; y en el torneado en la que se emplean un torno que es manejando la mayoría de las veces con los pies.

De la calidad del barro de las diferentes regiones, depende la forma de trabajarlo: sin agregados, mezclando dos o más, o añadiendo otros elementos como arena o de origen vegetal para dar diferentes consistencias.

Se utilizan diversos métodos para la cocción de estas piezas: hornos circulantes abiertos por arriba; bajo tierra con la boca a ras del suelo; y sobre el piso, cubriendo con leños,

zacate y tepalcates las piezas, siguiendo la tradición prehispánica. El combustible puede ser leña, petróleo, boñiga de res, etc.

La decoración puede ser incisa, raspada, pintada a pincel, bruñida, al pastillaje (realzada), perforada o incrustada.

Los acabados: bruñido, pulido, policromados, utilizando para éstos anilinas, tierras, pinturas vinílicas y otras, simples, semividriados, vidriados o pintados. Para el vidriado se utiliza el óxido de plomo y otros mineral.

7.2.4 PROCESO DE PRODUCCION

Casi todos los barroes se secan, se apalean, se remojan, se tamizan y en algunos lugares se muelen en el metate, ya molido se revuelve con agua como si fuere harina de maíz para ser usado inmediatamente. Es importante que el barro se encuentre completamente cernido; así se emplea una bestia para moler el barro, se le hace dar vueltas para que con sus pesuñas muele el barro.

Hay lugares donde los alfareros mezclan los barroes para formar una pasta, utilizan a veces técnicas que emplean mucho tiempo, además de requerir de una experiencia para lograr un material plástico y útil.

A veces para que no se presenten problemas en el secado de las piezas frescas, los alfareros siempre han revuelto otros materiales con el barro para abrir el poro. Los materiales mas comunes que se emplean para esto son las arenas de los ríos, espadaña, estiércol y talco molido. Cuando la arena de río contiene mica, las piezas tienen puntitos que centellean con la luz del sol.

El barro que se utiliza para las piezas cambia dependiendo del lugar; la elaboración de la cerámica en México cambia de región a región, aunque muchas veces las técnicas son similares.

Una vez que se tiene el barro preparado para la realización de los objetos se emplean originales formas para elaborarlos. Se auxilian de hojas frescas, Kabal, una cazuela quebrada, una tabla, un poco de arena o un hoyo en la tierra sirven para sus fines.

Las hojas frescas sirven como base, en algunos lugares la base es el "molde", en algunos estados usan un tronco de árbol o un tubo de drenaje enterrado en forma vertical con una tabla encima; el equipo más refinado que se emplea es el Kabal; este último consiste en una madera redonda de unos diez centímetros de diámetro y diez de altura, ligeramente convexa, se mueve con los

pies y con el talón.

La forma de realizar la pieza también varía; en algunos lugares se empieza con la parte superior hasta que ésta ha sido terminada; hecho esto y teniendo firme la pieza, cuando el barro esta firme se voltea y se cierra formando la otra mitad y fondo de la pieza, la pieza se elabora a mano, empleando rollos de barro para terminarla, alisándola al final con un olote.

En otros lugares, los alfareros empiezan a golpear una bola de barro con el puño para formar una especie de "sombrero". Este se extiende y se levantan los lados usando un olote o un pedazo de carrizo. En algunas poblaciones, la forma burda del sombrero se coloca en un platito, en una tabla.

Lo que el artesano busca al inventar estas técnicas es el tener control sobre el barro; muchas veces estas formas permiten que el barro de vueltas mientras el artesano le da forma, en otras ocasiones el barro permanece fijo y se le da vueltas a la tabla o kabal para formar la pieza. Solamente en ocasiones excepcionales utilizan la torneta conocida como el "molde", que se compone de dos platos invertidos de tal manera que el plato superior, que es el que lleva el barro encima, hace contacto con el inferior en un punto central; la rapidez con que gira depende de la habilidad del alfarero.

La realización de los objetos, es todo un proceso, en la cerámica indígena casi siempre las piezas reciben un baño de barro líquido de otro color y a veces se le aplica una capa de su color original para que sea más intenso. Los más utilizados son el blanco y el rojo; el rojo se logra con óxido de hierro puro o con un barro que contiene un alto porcentaje de este material. El blanco, con caolín.

Algunas poblaciones utilizan otros métodos, cubren su cerámica con un polvo blanco adherido, probablemente, con un pegamento sacado de algún lirio.

La decoración precolombinas de las piezas persisten en la cerámica rural contemporánea.

Los artesanos fabrican sus propios instrumentos, los pinceles los elaboran con pelos de cola de ardilla, de perro, de cabello humano, de pelo de gato, de burro, pluma de gallina, etc.

El número de pinturas es limitado, sin embargo, la manera de usarlas da resultados distintos; se ocupan los óxidos de hierro rojo y negro, el óxido de cobre lo preparan ellos mismos quemando desperdicios de cobre y usando fórmula "secretas" para sacarlo. El óxido de manganeso por lo regular lo compran. En algunos lugares utilizan el excremento de algunos animales (de hormiga) para dar un color negro; el caolín se consigue de

alguna mina; con resinas naturales se manchan las piezas para darles un color bayo. La resina se prepara hirviendo una corteza del árbol de encino, se salpican las ollas, mismas que se sacan todavía ardiendo.

El chapopote también fue usado en la cerámica antigua, teniendo un significado ritual, en la actualidad se sigue usando para lograr bellas decoraciones. Donde no es posible conseguirlo se emplea pintura negra comercial de aceite.

Los motivos de los objetos, representan animales tradicionales, grecas, medios círculos, rayas líneas onduladas, espirales, entre otros. Solo los estudiosos saben el significado de las diferentes figuras; algunos de los adornos representan para los artesanos lugares religiosos, los dibujos de los objetos aún tienen un claro corte prehispánico.

Las técnicas de embellecer la cerámica con pastillaje se utiliza también en cerámica indígena, esta decoración sobresalta con la técnica del vidriado.

Finalmente tras de haber elaborado y decorado la pieza, se procede a cocerla. La cocción de las piezas depende del tipo de cerámica; cuando es vidriada, la quema se hace en una cámara de combustión que se atiza con leña, aserrín, pencas de maguey, llantas viejas, basura de plástico, etc. Si la cerámica es de una

sola cocción, como la prehispánica, la quema varía, puede ir de una simple fogata al ras del suelo, a un horno mas elaborado.

La quema al ras del suelo se controla siempre en forma cuidadosa, muchas veces se protege la fogata con una pared de adobes o tabiques.

Los hornos van de los mas rudimentarios, los subterráneos de origen prehispánico, los hornos esculpidos en la misma tierra semi-subterráneos, los hornos de producción fabril, etc..

7.2.5 LA CERAMICA DE CAPULA

Capula es una población de origen prehispánico que se encuentra cerca de Morelia (Por la carretera a Quiroga, con desviación de 1 km.) su economía se basa desde hace mucho tiempo en la manufactura de la alfarería. Antiguamente^o con la organización de los purépechas los habitantes fabricaban tejamaniles y objetos de alfarería, los productos servían para comerciar con poblaciones aledañas o con algunas mas lejanas como poblados de Guanajuato. Durante los siglos de la dominación española (tres siglos) y el primero de la época independiente, no surge ningún cambio en la economía, aunque se puede decir que la producción sólo basta para sobrevivir, la economía únicamente es agrícola y artesanal, en este último rubro o aspecto no se obtiene ningún progreso. A pesar del esfuerzo de algunos maestros

de la SEP los artesanos de este lugar no reciben apoyo alguno, además ellos mismos no entienden acerca de la diversificación y mejora de sus productos.

"No fue sino hasta que la propia población se dio cuenta de las alternativas que se le ofrecían con las nuevas técnicas, que comenzaron a diversificar los tintes par a sus trabajos, continuaron con nuevos diseños y creaciones exclusivas que mejoraron su quehacer ³⁷

Fue en los años 60's cuando se toma en cuenta el trabajo artesanal, instituciones como: Casa de las artesanías, FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías), y el Banco para el Fomento de las Artesanías se preocuparon por la situación de los artesanos, se ponen en contacto con los productores, promueven la difusión de los productos de los artesanos con el afán de mejorar la situación de los mismos.

Gracias al apoyo de las dependencias surge la Unión de Artesanos de Capula, además los artículos o productos en relación a la producción y creación, son diseñados con nuevas técnicas, sin dejar de elaborarse a mano; un aspecto que beneficia también

³⁷ LISSE, PIERRE. LAS ARTESANIAS Y PEQUEÑAS INDUSTRIAS EN EL ESTADO DE MICHOACAN, CREFAL, Pátzcuaro, México, pp. 43.

la condición de los artesanos es que la carretera llega hasta el lugar de Capula; mismo que es actualmente un atractivo turístico.

7.3 INSTITUCIONES DE APOYO PARA LAS ARTESANIAS MEXICANAS

Es importante mencionar cuales son los organismos que se han creado para dar apoyo y respaldo a las actividades que realizan los artesanos de todos y cada uno de los estados que conforma la República. Dentro de esas instituciones es fácil que encontremos a organizaciones tanto publicas como privadas y aqui mencionaremos sólo algunas de ellas, que son las que se conocen un poco más.

SECRETARIAS Y DEPARTAMENTOS DE ESTADO A LOS QUE POR LEY LES CORRESPONDE INTERVENIR EN ASUNTOS RELACIONADOS CON EL FOMENTO, PROTECCION Y DESARROLLO DE LAS ARTESANIAS

1.- Secretaria de Comercio y fomento industrial.

En la Ley de Secretarias del Gobierno Federal, en el artículo 9, se indican entre otras, las siguientes atribuciones:

"VII. Fomentar y organizar la producción económica del artesanado, de las artes populares y de las industrias familiares.

XVIII. Organizar y patrocinar exposiciones, ferias y congresos de

carácter comercial e industrial."³⁸

Dentro de la estructura orgánica de la secretaría existe la Dirección de Industrias Rurales, entre cuyos objetivos figuran: "...Alentar a la obtención de economías adicionales para los habitantes del medio rural, así como el desarrollo de nuevas actividades, mediante el aprovechamiento industrial de los subproductos de materias agropecuarias, que actualmente se desperdician."³⁹

Fomentar la producción artesanal, con base en una valorización equitativa del esfuerzo de mano de obra que representa y, consecuentemente con una mejor aplicación de estas actividades más remunerativas.

"Elaborar proyectos técnicos para determinar la viabilidad económica de ciertas industrias que comprendan la evaluación de los mercados local, estatal, nacional e internacional del producto a fabricar..."⁴⁰

Cuenta con la Subdirección de Artesanías para coordinar el despacho de los asuntos antes mencionados. Se encarga también de vigilar el funcionamiento de cooperativas de producción

³⁸ Op. Cit. pp. 32

³⁹ Op. Cit. pp. 26

⁴⁰ Op. Cit. pp. 42

artesanal; de establecer normas para la plata y oro utilizados en la elaboración, de objetos artesanales, así como de negociar créditos en los países europeos destinados a impulsar las artesanías.

2. Secretaría de Educación Pública

A esta secretaría le corresponden las siguientes atribuciones, según el artículo 13 de la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado:

I. Organizar, vigilar y desarrollar en las escuelas oficiales incorporadas o reconocidas:

...C) La enseñanza técnica industrial, comerciales y de artes y oficios ...

II. Llevar a cabo la organización y desarrollo de la educación artística que se imparte en las escuelas e institutos oficiales..., para la enseñanza y difusión de las bellas artes y de las artes populares;

XVII. Organizar misiones culturales, que entre sus funciones tienen la de fomentar la enseñanza de oficios artesanos.

XXI. Proteger los monumentos arqueológicos, los objetos históricos y artísticos, las ruinas prehispánicas y coloniales, las poblaciones típicas y los lugares históricos o de interés por su belleza natural.

XXV. Estudiar los problemas fundamentales de las razas aborígenes y dictar las medidas y disposiciones que deban tomarse para lograr la acción coordinada del poder público redunde en el

provecho de los mexicanos que conserven su idioma y sus costumbres originales.

XX. Organizar, sostener y administrar museos históricos, arqueológicos y artísticos, pinacotecas y galerías, a efecto de cuidar la integridad, mantenimiento y conservación de tesoros históricos y artísticos del patrimonio cultural del país."

De la Secretaría de Educación Pública depende la Dirección General de Arte popular, creada en 1970, a la cual compete:

Estudiar lo relativo al arte popular en todas sus formas de expresión, a saber: artesanía, danza, música, vestimenta, arquitectura y costumbres; así como formar el archivo general de las tradiciones y el arte popular.

"Asesorar técnicamente a los artesanos populares, a fin de que cuenten con el auxilio necesario y sus obras conserven sus valores y aumenten su estimación comercial.

Divulgar el arte popular por medio de publicaciones, conferencias, exposiciones temporales y permanentes y museos.

Establecer acciones coordinadas con las instituciones que estar abocadas a las artes populares, a fin de conseguir los objetivos previstos."⁴¹

⁴¹ Información proporcionada por SECOFI.

Formar maestros de diseño para la docencia y el fomento de las artesanías.

Organizar, dirigir, patrocinar y presentar audiciones, espectáculos y otros actos de carácter artístico, científico o cultural, haciendo uso de los locales que para ellos de cuenta y particularmente de la Unidad Artística y Cultural del Bosque.

Otra dependencia de la SEP, el Instituto Nacional de Bellas Artes, dirige la escuela de Diseño y Artesanías e interviene en Casas de la Cultura del Interior de la República.

A través de otra dependencia, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, interviene en el Patronato de las Artes e Industrias Populares, del que depende el Museo Nacional de Industrias y Artes Populares; así como la Dirección del Museo de Arte Popular de la Ciudad de Pátzcuaro, Michoacán.

"La SEP mantiene relaciones con organismos internacionales como la UNESCO, de la que depende la CREFAL (Centro Regional para la Educación Fundamental en América Latina) con sede en Pátzcuaro, que ha desarrollado varios programas de fomento artesanal; tiene relaciones también con la Organización de Estados Americanos, que en Junio de 1973 elaboró una Carta Internacional de Artesanías y Arte Popular que recomienda un

programa de Fomento y protección a las artesanías de América Latina."⁴²

La SEP, a través de su Dirección General de Educación Media (Departamento de Laboratorios y Actividades Tecnológicas) patrocinó un curso para maestros de diversas ramas artesanales.

La Dirección General de Educación Extraescolar en el medio Indígena, dependencia de la SEP, intervienen en la enseñanza de oficios y artesanías en los 30 Centros de Investigación Social que hay en la República.

3. Secretaría de Obras Públicas

Esta Secretaría ha impulsado el desarrollo de las artesanías por medio de su Dirección General de Obras a Mano la cual, por ley, se encarga de "...Promover, coordinar, proyectar y construir obras que propicien el desarrollo rural, empleando la Mano de obra Campesina..."⁴³

Así, construyó bodegas para artículos artesanales, locales para taller-escuela y creó varios fideicomisos uno de los cuales es para el fomento de las artesanías en ciudades industriales. También construyó locales para los artesanos en los centros turísticos en parques naturales, en Coordinación con el

⁴² Información proporcionada por SECOFI.

⁴³ Información obtenida por SECOFI.

Departamento de Asuntos Agrarios y Colonización.

4. Secretaría de Relaciones Exteriores

Por medio de la Dirección General de Asuntos Culturales, tiene a su cargo despachar los siguientes asuntos:

"...Promover en el extranjero la presentación de exposiciones mexicanas de artes plásticas, libros y folklore, así como auspiciar la difusión de las artes escénicas y de la música nacional y facilitar la presentación en México de manifestaciones de la misma naturaleza procedentes de otros países.

Tramitar en los aspectos programáticos la participación de México en organismos internacionales de índole cultural."⁴⁴

4. Secretarías de la Reforma Agraria

En las funciones que se le otorgan al Jefe de Departamento se encuentra la de:

"...Fomentar el Desarrollo de la Industria Rural y las actividades productivas complementarias o accesorias al cultivo de la tierra, en ejidos, comunidades y nuevos centros de población."⁴⁵ Esto como podemos analizar es de gran ayuda para los artesanos quienes además de realizar artículos de arte popular, se dedican a alguna actividad agrícola.

5. Secretarías de Turismo

⁴⁴ Información obtenida por SECOFI.

⁴⁵ Información obtenida por SECOFI.

Las atribuciones que le corresponden al respecto, según el artículo 62 de la Ley General de Turismo son:

XX. Organizar, promover y dirigir los espectáculos, congresos y excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folklóricos de carácter oficial, para atracción turística, así como auspiciar los que con iguales fines promueven las instituciones públicas y privadas que a su juicio merezcan su patrocinio

XXI. Cooperar con la Secretaría de Educación Pública y con las demás dependencias involucradas, en la protección y conservación de monumentos históricos y artísticos, de parajes típicos y de parques nacionales de interés turístico.

OTRAS INSTITUCIONES OFICIALES QUE INTERVIENEN EN ASUNTOS RELACIONADOS CON EL FOMENTO, PROTECCION Y DESARROLLO DE LAS ARTESANIAS

1. Presidencia de la República

Orienta la política de fomento de artesanías al ocuparse en diversas ocasiones de este asunto en mensajes y discursos. Participa en la inauguración de cooperativas de artesanos y se compromete y compromete a solucionar los problemas de todo tipo que presenten las comunidades artesanales.

2. Secretaría de la Presidencia

Ha proporcionado aumentos no institucionales a los Fideicomisos que ha sido creados por mandato explícito de alguna

Secretaría e inclusive de la Presidencia.

3. Banco de México

Bajo los auspicios del Banco de México se creó la empresa Planta Industrializada, S. A., que produce y vende láminas y alambre de plata con la ley obligatoria de 0.925 (Sterling) y creó y opera el Centro Piloto de Temoaya, Estado de México, donde se producen tapetes anudados.

4. Nacional Financiera

Participa por medio del Programa de Apoyo a la Micro y Mediana Empresa (PROMYP), que recientemente otorgó crédito a artesanos, con avales privados. Además ha contribuido con la creación de diversos Fideicomisos para el sector artesanal.

5. Banco Nacional de Comercio Exterior

Participa en la regulación de la exportación en general, financiando tanto la exportación como la pre-exportación, así como estimulando la formación de consorcios para exportar artesanías.

6. Instituto Mexicano del Seguro Social

Por medio de su jefatura se Servicios de Prestaciones Sociales ha puesto en práctica programas de bienestar Familiar y los de Adiestramiento Técnico y Capacitación para el Trabajo, tendientes a mejorar los índices vitales y la capacidad

productiva de la población en general. En el Centro de Artes Plásticas y Artesanías, ubicado en la Unidad Independencia, D.F., no sólo imparte gratuitamente sus cursos a quienes se inscriben, sin que requieran la calidad de ser derechohabientes, sino que ofrece a todos los artesanos de la República asesoría técnica mediante información que se le solicite personalmente por carta o por teléfono.

7. Instituto Nacional Indigenista

Interviene en el Fomento y protección de las artesanías y en la preservación de su elaboración, otorgando becas de apoyo para estudiantes que se interesen por analizar y descubrir los principales problemas que afectan a los artesanos y la forma en que pueden resolverlos.

En convenio con el INAH dirige varios museos y diversos talleres escuela, además que patrocina exposiciones tanto dentro de la República como en el extranjero. El INI cuenta con un expendio de artesanías anexo al edificio donde se encuentran sus oficinas.

8. Partido Revolucionario Institucional

a) CNOP

Participa a través de su Secretaría de Trabajadores no Asalariados y artesanos. Por medio de esta secretaría un grupo de artesanos pidió su afiliación al IMSS. La CNOP anunció su

propósito de surtir de materia prima a los artesanos y de comercializar sus productos.

b) También participa a través de diputados, por ejemplo en la formación de una cooperativa artesanal en Encarnación de Díaz, Jalisco, de la cual sólo funciona el aspecto de compra venta.

9. Confederación Nacional Campesina

A través de una oficina especial de Fomento Artesanal, participa en programas de desarrollo artesanal entre los campesinos-artesanos. Hace algunos años tenía en mente un proyecto cuya tarea principal sería fomentar las ventas y difundir las artesanías que tienen un sello campesino, sin embargo, no se supo más de ese proyecto, por lo cual se carece de ese dato.

ORGANISMOS OFICIALES CREADOS EX-PROFESO PARA EL FOMENTO, PROTECCION Y DESARROLLO DE LAS ARTESANIAS

1. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías

El apoyo que ofrece FONART es el siguiente: adquiere los artículos para comercializarlos, paga por ello un precio justo, también proporciona asesorías técnicas a los artesanos que realizan desde la producción hasta el diseño.

FONART es una entidad de la Administración Pública Federal, descentralizada, con carácter de fideicomiso Público; constituido por Nacional Financiera por mandato del Ejecutivo Federal y

sectorizado en la SEP. Fue creada el 14 de Junio de 1974, siendo su antecedente inmediato en anterior Banco Nacional de Fomento Cooperativo, S. A. de C. V. y desde 1988 es coordinado por el consejo nacional para la cultura y las artes, órgano desconcentrado de la SEP. FONART tiene como finalidad impulsar la producción de artesanías nacionales, procurando tanto la conservación como la elevación de la calidad artística, así como el nivel de ingresos del artesanado. Todo ello a través de acciones de apoyo financiero, comercial y difusión de los valores culturales en las expresiones del arte popular.

Con el ánimo de incrementar el promedio de ingresos del artesanado mexicano, la institución le brinda apoyos adicionales al otorgamiento de créditos.

La adquisición de la mercancía a precios que absorban no sólo el costo de la materia prima, sino el tiempo y trabajo invertido además de una utilidad, representa un segundo tipo de respaldo económico para el productor.

Las compras que realiza FONART requieren estrategias que posibiliten la compra en la mayor parte del territorio, así como de los grupos étnicos existentes, a manera de que los artículos se pongan después en oferta y sean representativos en el país.

2. Instituciones Patrocinadas por los gobiernos de los estados

a) Estado de Jalisco.

Funciona la casa de las Artesanías que depende del Instituto de Artesanía Jalisciense, organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios. Tiene un local de venta en Guadalajara.

b) Estado de Michoacán

Existe una dirección de Artesanías del Gobierno del Estado de Michoacán, de la que depende la Casa de las Artesanías de Morelia, local de exposición y venta de las artesanías regionales.

La dirección fomenta uniones de artesanos, proporciona materia prima, y préstamos a través de instituciones bancarias (las cuales se pagan 50% en dinero y 50% en mercancías) y participan con otras instituciones como el FONART en la búsqueda y ampliación de los mercados. Fomenta la creación de tianguis artesanales y la celebración de ferias y concursos.

La Dirección de Artesanías además, como ya se mencionó en unión con FONART, realiza exhibiciones de artesanías de obras de artistas michoacanos y se expenden mercancías regionales y en donde además hay venta de las mismas.

La casa de las artesanías de Michoacán fue creada el 2 de febrero de 1970, desde entonces, consciente de la problemática

que enfrenta la producción artesanal de la entidad y en su empeño por cumplir en la organización, preservación, divulgación, fomento y distribución de los productos artesanales y, al mismo tiempo que los artesanos y sus familias mejoren sus niveles de ingreso y de bienestar, ha emprendido una serie de acciones tendientes al logro de éste propósito.

La Casa de las Artesanías de Michoacán ha participado en diversos tianguis y ferias artesanales, tanto nacionales como internacionales. En materia de exportación se logró la inscripción en 1990, de la Casa de las Artesanías de Michoacán en las Cámaras de Comercio de Alemania, Inglaterra, Holanda, Bélgica e Italia. También en ese mismo año se hizo acreedora al "Premio CONCANACO al Mérito de Comercialización de Artesanías", premio que se otorga a la persona física o moral, pública o privada, que haya contribuido significativamente a la creación, fomento, desarrollo y promoción de las artesanías nacionales del arte indígena y popular de México.

Desde hace 4 años (1988) la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO) convoca anualmente a todas las Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, asociaciones empresariales, organismos públicos y privados, artesanos y comerciantes de artesanías de la República Mexicana para que propongan las candidaturas de quienes consideran acreedores a esta presea.

c) Estado de México.

Existe una Casa de las Artesanías del Estado, que es el intermediario oficial que fija los precios de garantía a los productos artesanales del estado. La Casa de las Artesanías tienen también contacto con FONART, para enviar productos a las sucursales de exposición y venta de esta última y que realice su venta y difusión.

d) Estado de Guanajuato.

Funciona también una Casa de Artesanías de Guanajuato, dependiente del gobierno estatal.

e) Estado de Campeche

En la Casa de la Cultura de Campeche existe una sección dedicada a la exposición y venta de las artesanías.

f) Estado de Guerrero

Funciona una casa de las Artesanías de Guerrero, que también esta en contacto con el FONART. Además, hace algún tiempo, el gobierno del estado, junto con la Universidad Autónoma de Guerrero, ha realizado un estudio sobre los diversos tipos de artesanías que se producen, las materias primas utilizadas y las diversas técnicas usadas, y ha publicado pequeños folletos con la información recopilada.

8. LAS ARTESANIAS MEXICANAS: DENTRO DEL CONTEXTO MUNDIAL.

Muchos son los que piensan que las artesanías deben ser tratadas dentro de las líneas del TLC, sobre todo los antropólogos, aunque se sabe que las artesanías no pueden recibir el mismo tratamiento que uno de los productos de fabricación industrial producido en serie.

La exportación será por parte de agrupaciones o uniones de artesanos, sean empresa privada o pública, las gestiones revestirán particularidades específicas dependiendo del grado de conocimiento, experiencia, nexos con importadores, disponibilidad de muestrarios o catálogos, tamaño de inventarios, nociones de embalaje, transportación, estímulos, cartas de créditos y tantos otros factores que confluyen para exportar y/o ampliar la exportación.

Sin embargo, para evitar que algunos artesanos se queden fuera, debido a su ignorancia, o a su falta de conocimiento sobre el TLC, es necesario que sean asesorados por apoyos gubernamentales e institucionales. Además es conveniente que aparte de los presupuesto institucionales federales se otorguen otros, por parte de inversionistas nuevos, pues han sido insuficientes hasta ahora. De ahí que para impulsar una producción estable y cuantitativa superior, se requerirá de una participación sistemática y continua de los gobiernos de los

estados para suministrar recursos económicos recuperables a los productores de su entidad.

Las asesorías pueden ser brindadas a través de instituciones preexistentes tales como IAMI, FONART y otros que cuentan ya con una estructura y elementos de operación, siempre que se aumentaran sus funciones y asignaran los recursos necesarios para desarrollar programas nacionales de asesoría y capacitación.

La propuesta de la Lic. Graciela Santana dice:

PROYECTO DE DECRETO.

ARTICULO PRIMERO: Para fomentar las fuentes de trabajo artesanal y preservar la herencia cultural del pueblo mexicano, así como para coordinar asistencia cultural del pueblo mexicano, así como para coordinar asistencia técnica, materias primas y créditos para los artesanos y para sugerir los problemas dirigidos a este sector productivo, se faculta al Ejecutivo Federal para realizar todas las gestiones que procedan. A fin de crear el Instituto Nacional de las Artesanías y de las Artes Populares, que dependerá de la Presidencia de la República en los términos dispuestos por la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

ARTICULO SEGUNDO: La Dirección General del Instituto Nacional de las Artesanías y de las Artes Populares, estará a cargo de un

director general, quién será designado, y ejercerá sus funciones por acuerdo del Presidente de la República que le expedirá el Reglamento Interior del Instituto.

ARTICULO TERCERO: El titular del Poder Ejecutivo, a través de la dirección general de ese instituto, determinará la coordinación que las entidades y dependencias de la administración pública federal, así como las entidades de la República, deberán poner en práctica para el cumplimiento de los programas dirigidos a los artesanos en los siguientes objetivos:

- * Aumentar el empleo a través de la actividad artesanal.
- * Estimular las inversiones destinadas a las actividades artesanales del país.
- * Arraigar, mediante el trabajo artesanal a los grupos rurales.
- * Preservar el acervo cultural del pueblo mexicano.
- * Promover, por esta vía, el desarrollo turístico para las comunidades, que no tienen otra alternativa de progreso.
- * Fomentar programas de asistencia técnica a los trabajadores artesanos.
- * Instalar escuelas nacionales, estatales y municipales, de capacitación artesanal y bancos de diseño y de datos.
- * Promover el establecimiento de tiendas de materias primas a bajo costo.
- * Fomentar la instalación de centros colectivos de trabajo

artesanal. Y con esto hacer acceso a la Ley Federal del Trabajo y a la Ley del Seguro Social -Puesto que están fuera de éstas-.

- * Organizar a los grupos artesanales para integrarlos al mayor bienestar social, a través de consejos, uniones, federaciones, cooperativas, etc.
- * Gestionar créditos para la adquisición de herramientas, maquinarias y materias primas.
- * Promover en mayor medida, ferias nacionales e internacionales de divulgación artesanal.
- * Establecer museos nacionales, estatales y municipales de arte popular y tiendas de artesanías en las ciudades turísticas de la República.
- * Publicar folletos y revistas de divulgación artesanal, dentro del marco de nuestra cultura nacionalista.
- * Coordinar, bajo una sola política, una misma doctrina y un programa único, todas las acciones oficiales de apoyo artesanal.
- * Crear el banco de apoyo al artesano.

Muchas son las ventajas para lograr un buen papel en el mercado mundial, por ejemplo: no existe competencia y si se ponen de moda las cosas mexicanas, y si producimos con calidad, se puede hacer.

LAS ARTESANIAS EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL.

La magnitud del mercado mundial de artesanías es muy difícil de calcular, al igual que el valor de la producción artesanal. Salvo contados productos las fracciones arancelarias internacionales no distinguen entre objetos elaborados a mano o a máquina, pues se clasifican por la materia prima utilizada. Por lo tanto, hacer análisis económicos requiera muchos conocimientos de los productos para identificarlos en la desagregación por país. En un rastreo de 71 productos clasificables como artesanías provenientes de 17 países en vías de desarrollo y exportados a los 23 países más representativos de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (ODEC).

EL NUEVO ORDEN MUNDIAL Y LAS ARTESANIAS MEXICANAS.

El impacto que tendrá sobre las artesanías el TLC, punta de lanza del nuevo orden económico mundial, será importante. La evidencia muestra que las exportaciones son la llave del futuro. Pero da la casualidad que en el ámbito artesanal implica una reordenación drástica en la estructura productiva para crear economías de escala; para lograrlo existen dos modalidades ensayadas ampliamente ya en el sureste de Asia y con algunos ejemplos en nuestro país:

- 1.- Se instalan formidables manufacturas artesanales con estructuras fabriles, estricta división del trabajo y se introducen nuevas tecnologías industriales o semindustriales,

dejando lo "artesanal" para el decorado y acabado, con artesanos convertidos en obreros. Un ejemplo claro son las vajillas de cerámica de la llamada pasta blanca como la de Taxco decoradas por los nahuas del Balsas que pintan amates: o las de alta temperatura de Tonalá creadas hace unos 30 años y decoradas por los artesanos locales.

2.- Se organiza la producción manual como una ensambladora una estricta división del trabajo, ya sea como maquila a domicilio, o establecimiento un taller; en general se simplifica el diseño y el número de pasos en la elaboración.

LOS RETOS Y RIESGOS.

La realidad mexicana nos muestra:

*** No existe una sólida experiencia de inversionistas mexicanos para establecer y operar la manufactura artesanal, ya que requiere proyectar sutilmente el "toque de lo mexicano";

*** No existe una sola cátedra de diseño mexicano en las 250 escuelas de diseño del país que esté analizado y proponiendo ese equilibrio entre la funcionabilidad, y nuestra tradición;

*** Los tecnológicos y bachilleratos siguen copiando "azulejos italianos y españoles" cuyas versiones originales nos llegan ahora más baratos, en vez de conocer y experimentar con materiales y técnicas milenarias, trabajando con nuestros artesanos a partir de nuestras tradiciones;

*** Los artesanos defienden su cultura a través del ciclo de

producción artesanal que combinan con el ciclo agrícola y el ciclo de fiestas religiosas, y además no encuentran traducción en las leyes a las formas de organización que realmente sirven a sus intereses y los apoyen con la capacitación que se requiere para exportar;

*** Las instituciones oficiales siguen otorgando mini-créditos / apoyos a la producción, dejando a los artesanos solos para la comercialización;

*** Y los exportadores se quejan que de poco o nada les sirve lograr levantar pedidos en las ferias internacionales, o conocer vistosos catálogos, si no se cumple con las cantidades pactadas y menos en los tiempos solicitados.

ARTESANIAS TRADICIONAL DE LOS GRUPOS INDIGENAS.

CARACTERIZACION Y PROBLEMATICA.

Un estudio o una propuesta que haya tenido acciones sostenidas por una instancia, que responde a una línea de trabajo de protección, garantía y fomento de las artes populares de los grupos indígenas, presenta una compleja gama de problemas. Primero, porque los sistemas de organización tradicional de los artesanos indígenas han funcionado como organismos cerrados, con jerarquías propias y sobre la base del esquema rígido de su propia cultura e historia milenaria, lo cual implica, que si el actual modernismo y sus demandas sociales, nacionales e internacionales, requiere de aquellos una visión integracionista, lo más probable es que se encuentre con cuestionamientos o formas

de resistencia emanados de la experiencia histórica acumulada durante casi 500 años.

Segundo, los artesanos indígenas, a lo largo de los siglos han ido aprendiendo a manejar y recrear su habitad y asumir las transformaciones provocadas en su entorno ecológico.

EL MERCADO DE BIENES CULTURALES.

En México existen numerosas manifestaciones de arte y artesanía popular producidas por más de 50 grupos étnicos: productos trabajados para la propia localidad o para otras regiones con diversos materiales. Estas formas de arte popular se han desarrollado sus propias escuelas-talleres de alta calidad.

Las técnicas para el trabajo de los bienes culturales deben estar sometidas a un marco legal que las proteja de la propiedad colectiva de los grupos étnicos sobre sus diseños, formas de producción, materias primas y tecnologías.

8.1 PERMANENCIA, CAMBIO Y EXTINCION DE LA ARTESANIA EN MEXICO.

Al examinar el acervo artesanal de México, desde la prehistoria hasta nuestros días podemos advertir que su composición en cuanto a los géneros o ramas que en él se distinguen es casi invariable; y nos ha sido posible conocerlo

gracias al gran número de documentos arqueológicos con los que cuenta. De la revisión somera de esos documentos y de nuestra propia apreciación hemos podido notar que la desaparición de ramas es mínima, lo que abunda son las transformaciones de los productos de una misma rama, pudiendo éstas llegar a deformarse y más aún cuando se trata de cambios extra-culturales; pero aún así esas manifestaciones también representan arte, siempre y cuando no se sufran pérdidas por extinción de alguna rama artesanal.

Los cambios que sufren las artesanías y el arte popular, aunque lentos; dejan entrever que el artesano no es repetidor de formas y decoraciones; sino que asimila y plasma en el producto los estímulos externos de acuerdo con su tiempo según sus capacidades artísticas.

Lo que no cambia es la función, la finalidad primaria del artefacto, que se conserva aunque el usuario dé al objeto un uso diferente, fenómeno que es frecuente. Las vasijas destinadas originalmente para cocinar, suelen hoy usarse como floreros; los sarapes se usan como tapetes y algunas piezas de indumentaria se emplean como elementos decorativos, pero en estos ejemplos el artefacto conserva su función primaria y por tal razón se mantienen las formas primarias.

Se ha considerado que el desarrollo de la tecnología es una fuerte amenaza para la vida de las artesanías, esto es por las

experiencias vividas en diversos países a consecuencia de la Revolución Industrial, la cual originó que fuera desplazada la producción artesanal -que es manual- por una producción basada únicamente en máquinas. También hay que dejar constancia de que aparecen ramas que en algún sentido se pueden considerar nuevas pero es más importante señalar que los cambios más significativos en la producción artesanal y del arte popular son los que ocurren a lo largo del tiempo, por lo que su estudio requiere una profundización más amplia y en el caso de la artesanía mexicana existen dos periodos de especial interés en los que ocurren cambios significativos: el Virreynato y la Revolución Mexicana.

Durante la Conquista se inicia un proceso de aculturación debido a la implantación de una nueva cultura que afectó aspectos esenciales de la antigua como la lengua, la religión y las manifestaciones artísticas. Esta aculturación fue un proceso progresivo pero no uniforme.

A medida que se afirmaba y extendía el dominio español se iba consolidando asimismo la aculturación cuya profundidad varió y aún dejó sin tocar determinados grupos indígenas, que conservaron y hasta la fecha conservan, su identidad cultural más o menos íntegra.

Por lo que se refiere a las artesanías, a lo largo de este proceso quedaron divididas en dos grupos: las artesanías con precedentes prehispánicos y las introducidas por los españoles. Ninguno de estos grupos se mantuvo puro. En su evolución el

primero aceptó y asimiló elementos de la cultura española. El segundo, cuyo cultivo quiso ser exclusivamente de los españoles y criollos a través de los gremios artesanos, aceptó influencia de orientales y africanos.

A lo largo del Virreinato se consolidó la fisonomía artesanal, de modo que al independizarse la Nueva España y convertirse en la Nación soberana que se llama México, el acervo artesanal estaba ya configurado casi por completo.

Al desaparecer a fines del siglo XVIII el monopolio de la producción artesanal ejercido por los gremios virreinales, el artesano se dispersa y simultáneamente tiene que enfrentarse, a partir de la Independencia, por una parte, con la industrialización incipiente y, por otra, con la competencia de los productos importados cuyo ingreso en el país favoreció el libre cambio comercial. No menos desfavorable fue el contrabando, siempre presente.

Aún así, la producción artesanal que hasta entonces había sido fundamentalmente manual, no desapareció del todo y la artesanía que subsistió mantuvo sus tipos formales y tecnológicos incorporando ciertos elementos artísticos que acentuaron su identidad.

La situación era precaria no sólo en razón de los factores

mencionados sino por la prolongada etapa de las guerras intensivas e intervenciones extranjeras. Con buenas razones Luis Chávez Orozco llama a este período "la agonía del artesanado"

Restaurada la República en 1867, se inicia la reconstrucción material del país que se forma con la dictadura del general Porfirio Díaz, que en realidad va de 1876 a 1910. En este último año estalla la Revolución Mexicana de la que es secuencia el período en que vivimos.

"El legado artesanal procedente del siglo XIX que se conserva casi intocable en el XX, se "descubre" y revalora en este lapso: en 1921 el gobierno mexicano reconoce los valores artesanales al patrocinar la Primera Exposición de Arte Popular e incluía en el programa oficial conmemorativo del primer centenario de la Consumación de la Independencia."**

En esa ocasión se publica el libro de ATL que al mismo tiempo es una descripción valorativa y un balance. A partir de ese momento, se abre una etapa de estudio e investigación de esta actividad productiva. Simultáneamente, a lo largo de este período se dan modificaciones causadas por factores muy diversos paralelamente con la evolución del país.

** PERMANENCIA, CAMBIO Y EXTINCIÓN DE LA ARTESANÍA EN MÉXICO, FONART. PP. 23

Las modificaciones, más en los productos artesanales que en las ramas de producción, pueden ocurrir en las formas y sistemas decorativos, en las materias primas, en la técnica de producción y en la función de los artefactos. En ese mismo orden se ensayará registrarlos.

FORMAS Y DECORACIONES.

La forma del artefacto está determinada ante todo por la función que se le asigna. Los productos artesanales tienen como finalidad principal llenar las necesidades de la vida humana que pueden ser del orden material -comida, vestido, etc.- o del orden espiritual-religión, expresión artística fundamentalmente.

Las necesidades básicas del antiguo mexicano son fundamentalmente las mismas del hombre, de modo que las formas de los artefactos se conservan en lo esencial, pero éstos cambian en lo que es necesario, el tamaño, por ejemplo.

Una vasija, para cumplir su función, puede adoptar sólo número limitado de formas. Si trata de cocer alimentos estas variantes giran alrededor de un diseño esférico o elíptico. Puede, accesoriamente, llevar un asa y un dispositivo, cualquiera que sea, para mantenerse en posición vertical.

Lo mismo ocurre con la indumentaria, , cuya función primaria es proteger o adornar el cuerpo, pero en este caso lo accesorio, que es el adorno, tiene una especial importancia ya que traduce la permanencia a un grupo étnico determinado a un gremio laboral, o a una clase social y permite la identificación del grupo al que pertenece el portador y, frecuentemente, su status social dentro del grupo. Sin contar, por supuesto con los estilos nuevos de vestir y adornarse que trajeron los españoles. La convivencia de estos estilos, el indígena -mejor, los indígenas- y los europeos, dio origen a influjos mutuos a los que se suman los "dictados" de la moda.

MATERIAS PRIMAS.

La artesanía española no aportó muchas materias primas al número de las que existían en el México precortesiano. Entre éstas pueden citarse el hierro y el acero; entre las materias de origen animal, pieles y otros derivados de las especies nuevas como el ganado vacuno y el gusano de seda ; y el vidrio.

Las culturas prehispánicas conocieron y elaboraron metales preciosos como la plata y el oro y metales comunes como el cobre. Lo que ocurrió con el oro fue que se modificó la proporción de los metales en la aleación usada; en el México antiguo se usaba el "oro bajo", aleación de oro y cobre con una alta proporción de cobre, un 40%.

En el caso de las fibras, vale la pena mencionar la lana y la seda que introdujeron los españoles. En lo que se refiere a la lana, se trataba de un material protector más eficiente -o cómodo- contra las variaciones de la temperatura, de modo que rápidamente se le adoptó, y en cuanto a la seda, de uso suntuario, se generalizó su uso, con lo que cayeron en el olvido las "seda nativas" producidas por insectos que viven en el encino y el madroño. Otras fibras suaves prehispánicas como el pelo de conejo y otros productos, fueron sustituidos, según el uso, por el vidrio. Los instrumentos cortantes como las navajas y los cuchillos de obsidiana, se sustituyeron con el acero. Tratándose de usos comunes, esos materiales también fueron sustituidos por el vidrio.

Quizá fueron de mayor importancia las variaciones en las materias auxiliares. Fue, pues, de especial importancia la introducción de sales de plomo para el vidriado cerámico que da impermeabilidad a las vasijas.

En los colorantes ocurre un poco lo contrario. La púrpura europea fue sustituida por la grana de cochinilla o el caracol nativos, y en otras materias tintoreras se sustituyeron por colorantes vegetales americanos como el palo de tinte.

Es necesario llegar a nuestros días para registrar grandes variaciones en las materias primas y en las auxiliares. Es el caso de los productos químicos como los plásticos, que

sustituyeron con mayor o menor eficiencia las fibras naturales. Por ejemplo: el poliéster al algodón; el acrilán a la lana; la baquelita, el acrílico o la formaica a la madera, la piedra o el vidrio. En cuanto a los colorantes de origen vegetal o animal, se han sustituido con las anilinas.

TECNOLOGIA.

Las modificaciones registradas en este renglón causadas por las introducciones españolas fueron importantes, como el telar de pedales que se generalizó en la producción de telas y sarapes. Mucho más reciente e igualmente generalizada, fue la introducción de la máquina de cocer y bordar.

Sin embargo, debe hacerse notar que al lado de estas innovaciones tecnológicas, en los grupos indígenas persistió el uso del telar de cintura; sigue usándose hasta la fecha por razones rituales, pues la en la mayoría de los casos la mujer debe tejer las prendas personalmente en obediencia a normas tradicionales.

En el campo de la alfarería debe notarse la introducción del torno que se sumó al usos prehispánico de moldes y el moldeado directo, que junto con la decoración al pastillaje eran los métodos de producción alfarera prehispánica. Pero también en este renglón debe precisarse que las técnicas antiguas no desaparecieron y siguen siendo de uso común.

desaparecer la producción manual artesanal.

La baja de la producción ha sido menos grave en países como el nuestro, de composición étnica plural en los que se mantiene viva la producción de la artesanía tradicional indígena, que solía ser de autoconsumo, principalmente tratándose de la ritual.

El desarrollo de las comunidades que ha facilitado el acceso a las zonas indígenas y de éstas con las regiones aledañas, permite una circulación mayor de los objetos, que en el cuadro de la cultura nacional pueden parecer fuera de contexto.

Esta es la razón principal de los cambios en la función de los artefactos cuya función original varía en la nueva situación. Esto resulta claro por ejemplo, en un huipil ceremonial que deja de serlo cuando lo usa alguien que no pertenece al grupo en que se originó esa prenda. En la sociedad nacional ese huipil sirve simplemente de adorno exótico.

Las vasijas de forma y decoración tradicional, dejan de cumplir su finalidad original, práctica, y se convierten en tapetes. ?
o

A lo largo estos cambios afectan a lo que podría llamarse individualidad de los artefactos. los que en forma o decoraciones se orientan progresivamente en un sentido diferente del original.

El torno alfarero no se generalizó y sus aplicaciones se restringieron casi exclusivamente a la producción de cerámicas finas como la mayólica, una novedad introducida por los españoles, limitada a centros productores precisos: Puebla, Sayula (Jalisco), Guanajuato y Dolores (Guanajuato), Aguascalientes (Aguascalientes), Venado (San Luis Potosí) y algún otro, de los cuales en la actualidad sólo se mantienen activos Puebla y Guanajuato. Dolores Hidalgo ha derivado a la producción industrial y los demás han desaparecido, aunque actualmente se intenta revivir la producción en Sayula.

Un uso más del torno, pero también restringido, es para la producción de cerámicas de alta temperatura que se elabora en la Cd. México y la zona metropolitana, en Guadalajara, alguna localidad del Estado de México, etc.

Las aportaciones españolas a la tecnología artesanal en México se complementan con la introducción de herramientas de hierro y acero que son más eficientes, como sierras, y cuchillas y otros instrumentos para cortar y agujas de acero para coser y bordar.

CAMBIOS EN LA FUNCION.

La producción artesanal tiende a disminuir, si no a hacer

Lo ocurrido en México como consecuencia de la aculturación da resultados complejos difíciles de precisar y evaluar, principalmente en el campo religioso. En todo caso, en un primer momento se trató del tránsito de un contexto religioso a otro, también religiosos; es decir, se sustituyeron las religiones prehispánicas por la cristiana católica.

Sin embargo, la evangelización no penetró en igual medida y profundidad en todos los grupos étnicos, lo cual es especialmente cierto en los que esa actividad fue débil o tardía. El resultado general fue un sincretismo religioso de múltiples manifestaciones, que sobreviven hasta nuestros días.

Al lado de éste -o éstos- sincretismos, hoy son notorios fenómenos de verdadera desacralización que tienen alguna relación lejana con el proceso general de desacralización que se registra en la cultura occidental a partir de fines del siglo XVIII.

Un ejemplo muy ilustrativo entre nosotros es el de las neirikas huicholas, que derivaron a los actuales cuadros de estambre, llamados también tablas o tablillas huicholas. Las primeras son ofrendas, objetos rituales en que se representó lo que el huichol pide a los dioses. Las sugundas son mercancías carentes de sentido ritual, lo que ha hecho cambiar profundamente su realización plástica, vacía ya del contenido mágico original; el caso extremo son ciertas tablas hechas hoy con la técnica

huichola de estambre, en que se reproducen los diseños de Walt Disney. Esto afecta a todos los demás objetos rituales de los huicholes.

En suma, una vez que un objeto sale de su contexto original y cambia de función, se inicia un proceso de cambio que tarde o temprano transforma sus características formales.

Los acontecimientos históricos también son fuertes de cambios. Por ejemplo en los maques, principalmente en los de Uruapan, la Independencia da origen a la aparición de los que Francisco P. León (Los esmaltes de Uruapan, 1939 y 1980) llama "La familia de las águilas" que incluye en la decoración el águila heráldica del escudo mexicano. En este sentido se justifica decir que el arte popular y las artesanías son testigos de su tiempo.

El concepto de "artesanía en extinción", se entiende por la desaparición ^{de} contempla ~~de~~ una rama artesanal, que casi nunca es súbita sino la precede un período de decadencia que termina en la extinción. En nuestra situación actual, se pueden citar por lo menos dos ramas extintas: el mosaico de pluma y la escultura en pasta de caña de maíz. Aun en estos casos, se pueden citar cuyos intentos no han fructificado.

Puede también ocurrir que en determinados centros

productores haya desaparecido su cultivo, como en el caso de la mayólica que se elabora en Sayula, Jalisco, y en Venado, San Luis Potosí, que se ha intentado revivir, especialmente en Sayula. La mayólica se elabora activamente en Guanajuato, y su actual florecimiento se debe enteramente al maestro Gorki González. Esta ciudad, con Puebla, son los centros en que actualmente se produce la mayólica de alta calidad. Otro caso es el de la plata "Pella" (amalgama con mercurio) que dejó de usarse.

Una de las especies alfareras de Tonalá, Jalisco, la llamada "de petatillo", se había extinguido, pero renació y hoy florece por los empeños del Museo de Artes e Industrias Populares.

En todos estos casos se trata de extinciones que se pueden llamar parciales, registradas en los centros productores o en las especies de una rama artesanal.

Por lo demás, el concepto de extinción es aplicable en mayor o menor grado a una buena parte de las ramas del arte popular y las artesanías, como consecuencia de la escasez y carestía de las materias primas tradicionales, de la industrialización, así como de la evolución del estilo de vida que hoy, favorecida por el peso de los medios de comunicación masiva marcha a ritmo acelerado.

El desarrollo de la ciencia y la tecnología dio oprimen a un

número impresionante de materias primas y auxiliares que desplazan a las naturales.

En los textiles, por ejemplo, las fibras químicas reemplazan hoy en forma creciente, al algodón y la lana y asimismo a ciertas fibras duras.

La aceptación de estos sustitutos se apoya ante todo en los precios, que eran más bajos para los productos químicos. Eran porque los costos de la producción industrial igualan en muchos casos, sino superan a los de los productos naturales. El segundo apoyo de los sustitutos es que las fibras sintéticas tienen propiedades superiores a las naturales, lo cual tampoco es verdad absoluta.

Después de algunos años durante los cuales hemos usado productos sintéticos, tanto en la producción industrial como en la artesanal, ya podemos, con base en la experiencia, evaluar, aunque sea inicialmente, las ventajas y desventajas de este tipo de productos. Sabemos por ejemplo, que los plásticos no son fácilmente "degradables", esto es, no pueden reducirse fácilmente a sus componentes químicos elementales, por lo que son factores de contaminación que ya es peligro real según sabemos con certeza. Esto está determinando la vuelta al uso de los materiales naturales, pero todavía no tenemos conciencia plena y generalizada de la contaminación, ni de parte de los productores

no de los consumidores.

Pero en la situación actual parece difícil prescindir de los productos de origen químico, lo cual plantea el problema, poco estudiado, del usos artesanal apropiado de ese tipo de materiales dado que - al menos hasta ahora- estas situaciones se han traducido en una baja sensible de la calidad de diversos productos de artesanías en que intervienen esta clase de materiales.

En principio no parece haber nada esencial en contra del aprovechamiento de los plásticos, cuestión que entra en la más amplia del uso de las nuevas materias primas. Posiblemente esto dará origen a una clase diferente de artesanías, que bien podría llamarse contemporánea.

Por razones claramente ecológicas, el usos de fibras químicas en sustitución de una buena parte de los materiales de origen vegetal puede llegar a ser desaconsejable en defensa de la flora y la fauna. De hecho, los plásticos ya se usan recientemente en la extensa rama de la cestería y sus afines como la sombrerería.

La conservación y la rehabilitación de los sistemas ecológicos, problemas ya insoslayables, tiene repercusiones en otras áreas. Es ineludible, por ejemplo, la situación de la leña como

combustible para los hornos cerámicos, por otros energéticos como el petróleo, el gas y la electricidad, pero ello plantea problemas técnicos que deben resolverse de antemano mediante una asistencia adecuada.

Esta misma asistencia y su fácil acceso a ella, se plantea, en general, con las sustituciones de otras materias primas y las técnicas tradicionales, que son fuente de cambios. Urge, pues, analizar estas cuestiones para salvaguardar la condición artesanal de este tipo de producción y su carácter tradicional.

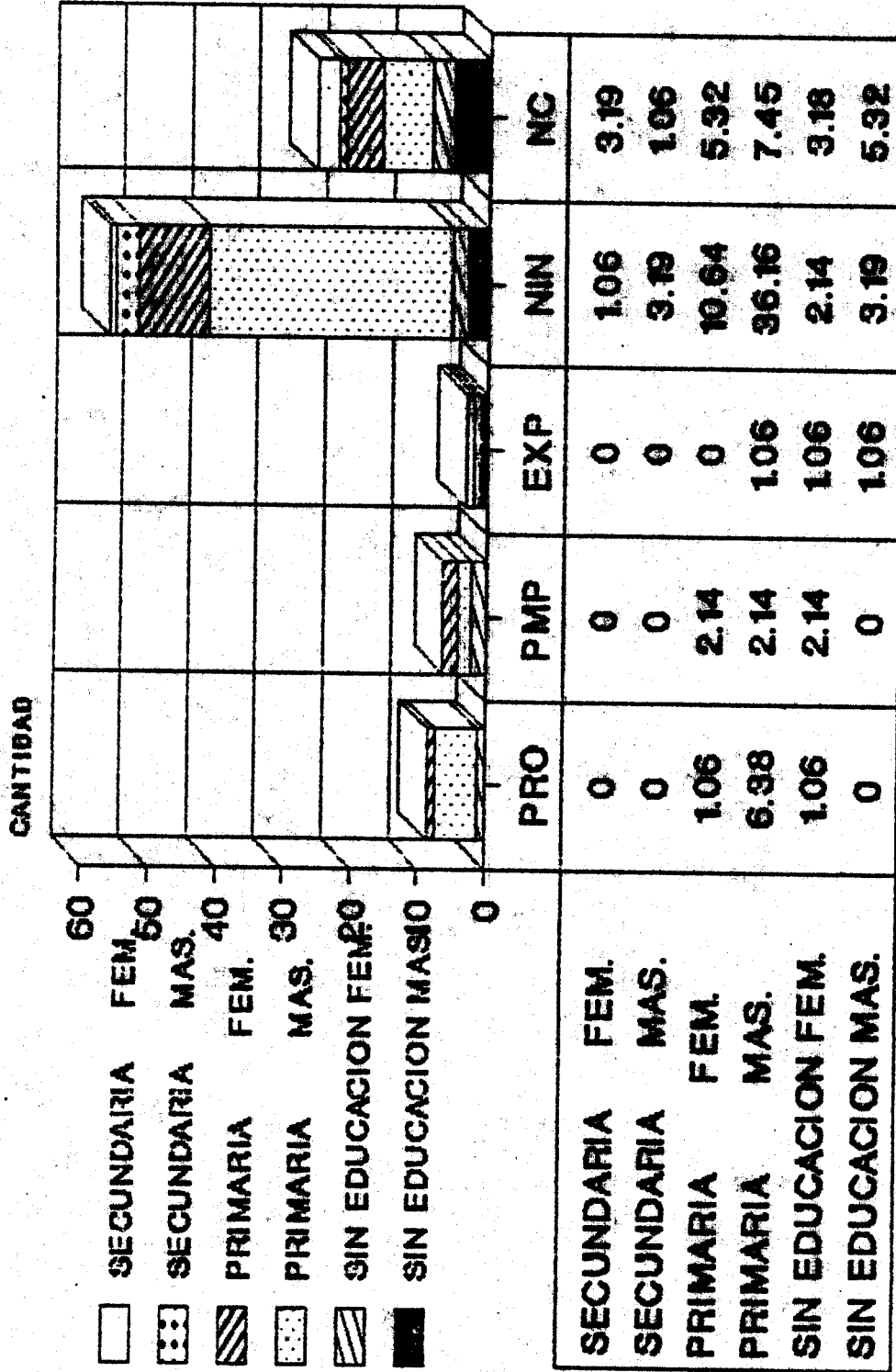
VI. RESULTADO DE LA INVESTIGACION

A. INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

A continuación se presentan los resultados obtenidos incluyendo las gráficas e interpretaciones.

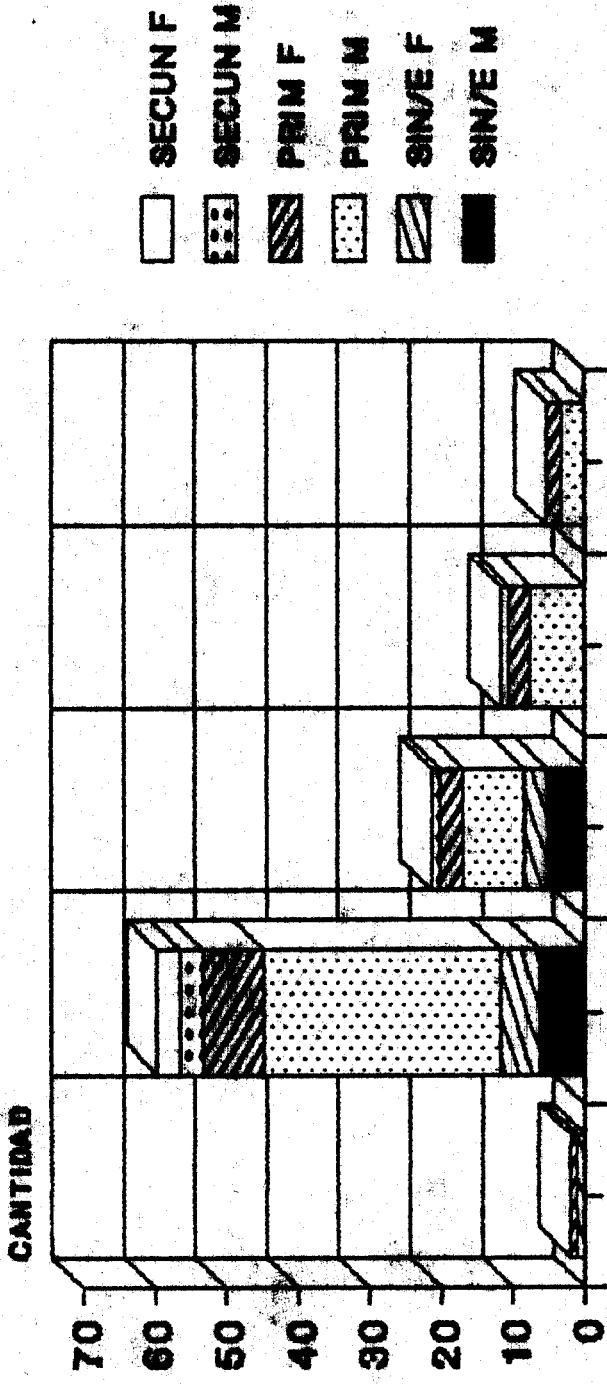
Cada pregunta del cuestionario aplicado, le corresponde una gráfica, con sus respectivos resultados; cada opción cuenta con su porcentaje obtenido.

QUE MEJORAS LES TRAJO LA OBTENCION DE UN FINANCIAMIENTO



RESPUESTAS

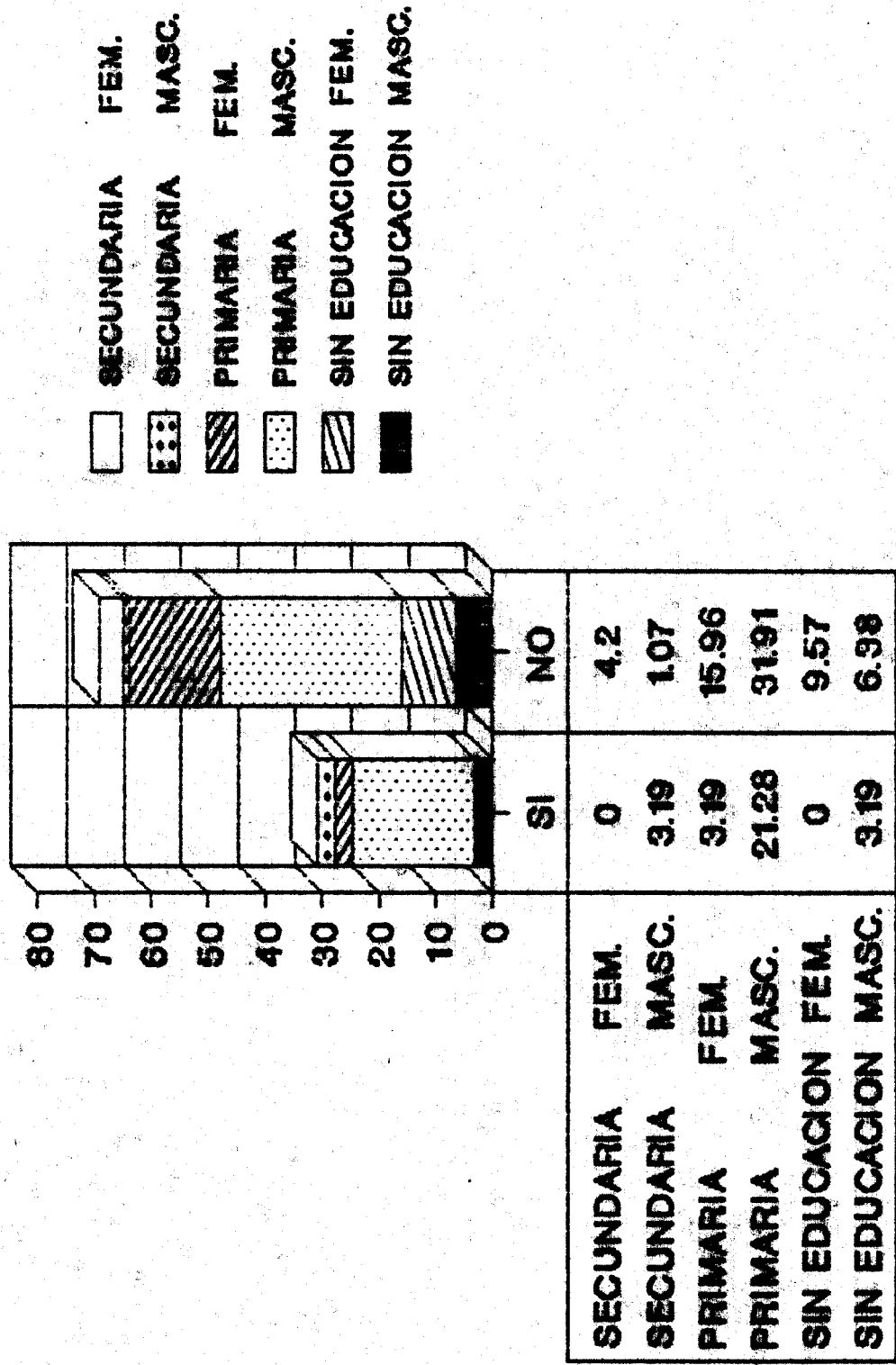
QUE TRAMITES REALIZO



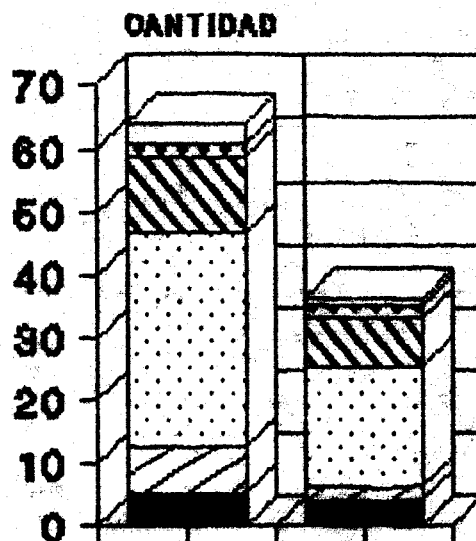
	BANCARIOS REALIZADOS	CONTESTACION	ART.	UNION	ART.
SECUN F	0	3.19	0	1.07	0
SECUN M	0	3.19	1.07	0	0
PRIM F	1.07	8.51	3.19	3.19	2.13
PRIM M	0	32.98	8.51	7.45	3.19
SIN/E F	1.07	5.32	3.19	0	0
SIN/E M	0	6.38	5.31	0	0

RESPUESTAS

SE AGRUPA CON MAS ARTESANOS PARA VENDER SUS PRODUCTOS



SE LES DIFICULTA LLEVAR SUS PRODUCTOS A OTROS MERCADOS

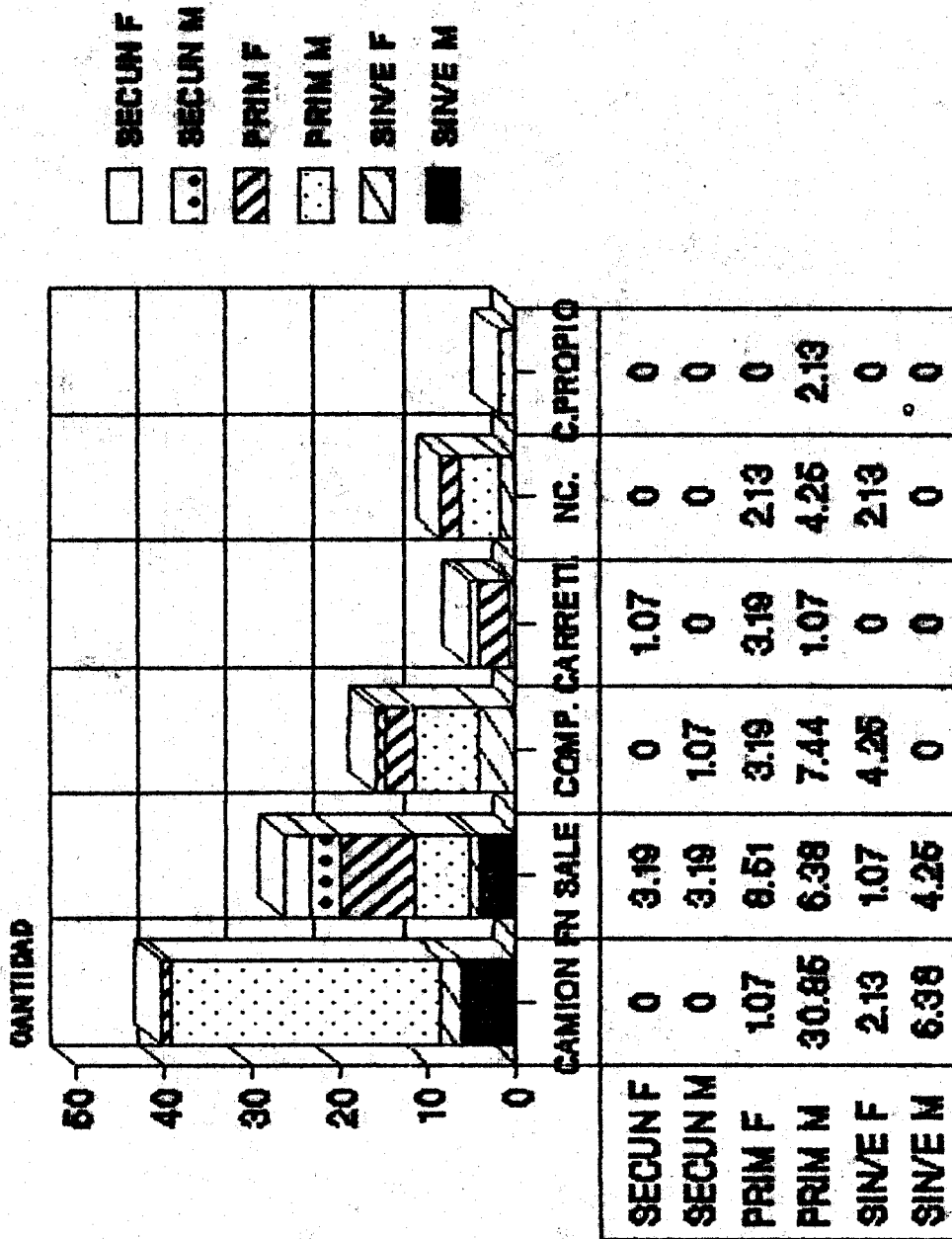


- SECUNDARIA FEM.
- ▤ SECUNDARIA MASC.
- ▨ PRIMARIA FEM.
- ▧ PRIMARIA MASC.
- ▩ SIN EDUCACION FEM.
- SIN EDUCACION MASC.

	SI	NO
SECUNDARIA FEM.	3.19	1.07
SECUNDARIA MASC.	2.13	2.13
PRIMARIA FEM.	11.7	7.46
PRIMARIA MASC.	34.04	19.15
SIN EDUCACION FEM.	7.46	2.12
SIN EDUCACION MASC.	5.92	4.26

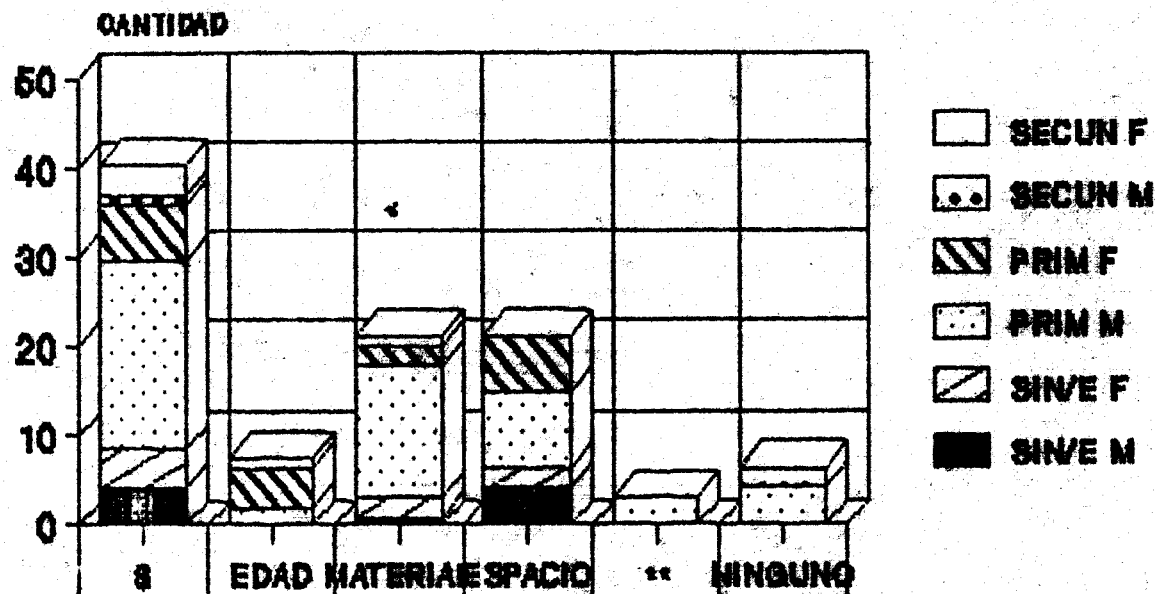
RESPUESTAS

COMO TRASPORTA USTED SUS PRODUCTOS



RESPUESTAS

QUE PROBLEMAS TIENE PARA PRODUCCIA

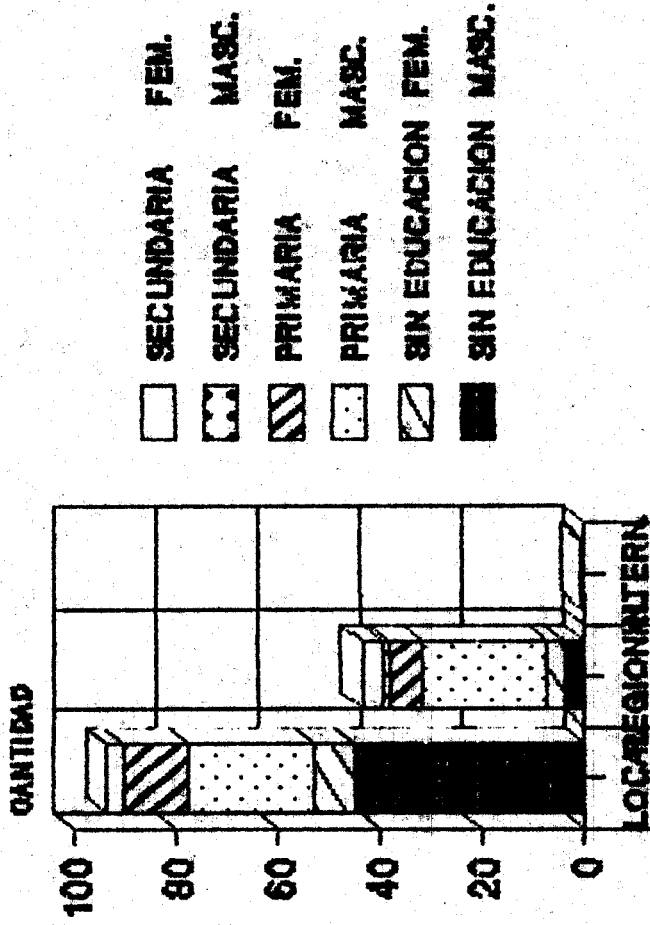


	S	EDAD	MATERIA	ESPACIO	**	NINGUNO
SECUN F	3.19	1.07	0	0	0	0
SECUN M	1.07	0	1.07	0	0	2.13
PRIM F	6.38	4.25	2.13	6.38	0	0
PRIM M	21.28	2.13	14.89	8.51	3.19	4.25
SIVE F	4.25	0	2.13	2.13	0	0
SIVE M	4.25	0	1.07	4.25	0	0

RESPUESTAS

** MALA FAMA Y PEDIDOS

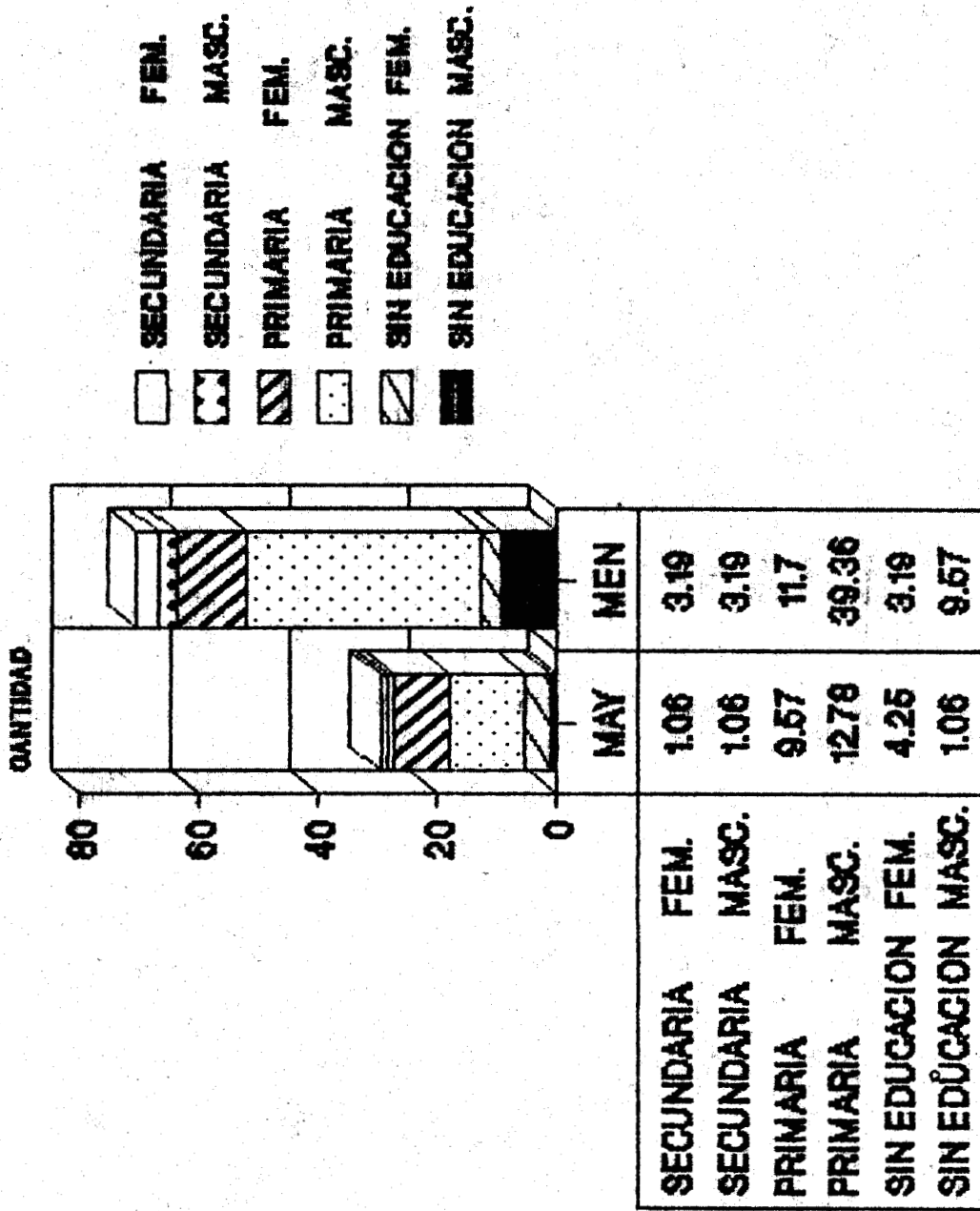
USTED VENDE



SECUNDARIA	FEM.	0	4.25	0
SECUNDARIA	MASC.	3.21	1.072	0
PRIMARIA	FEM.	12.76	6.383	0
PRIMARIA	MASC.	24.47	24.47	1.07
SIN EDUCACION	FEM.	7.46	3.21	0
SIN EDUCACION	MASC.	45.32	4.25	0

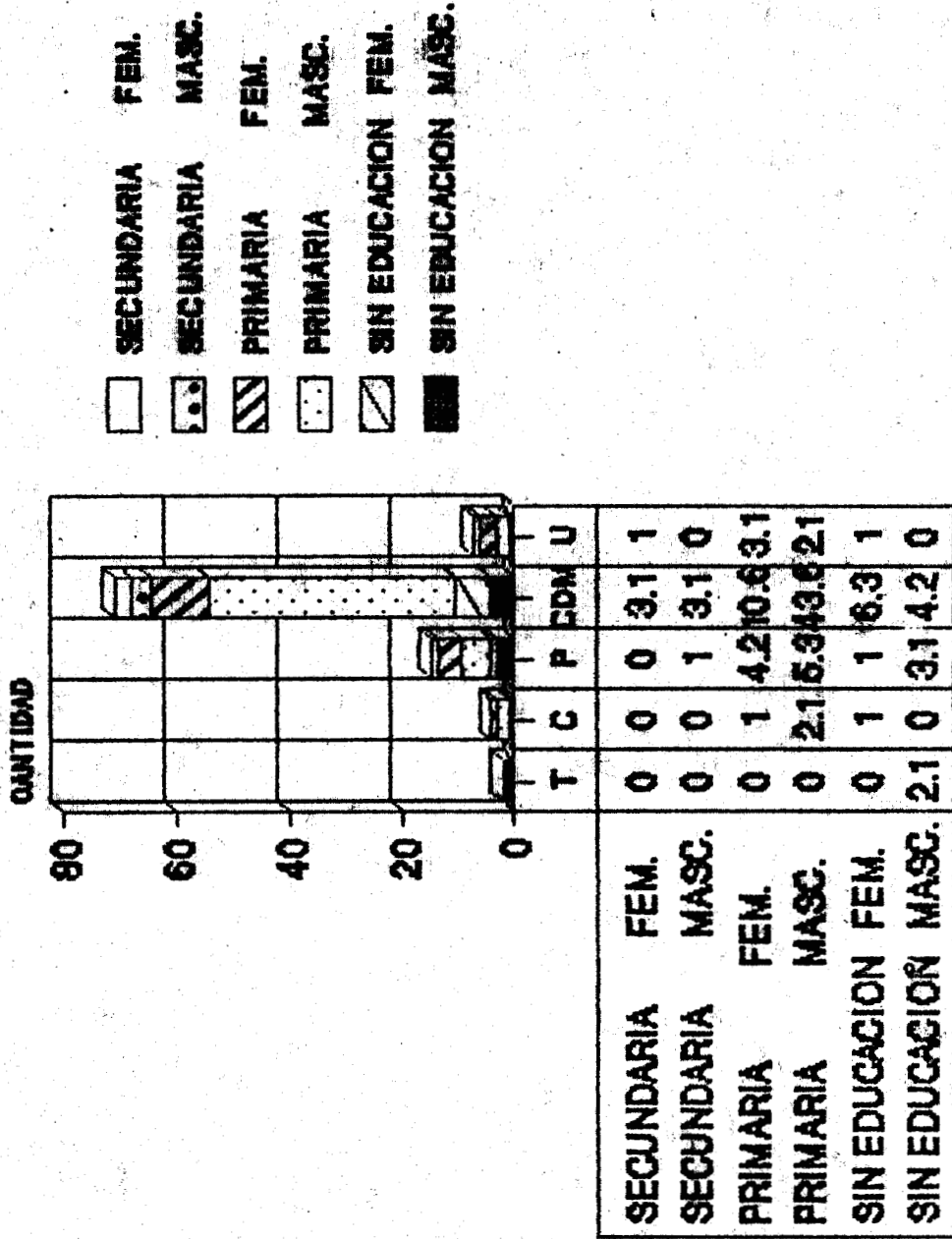
RESPUESTAS

VENDE A MAYOREO O MENUDEO



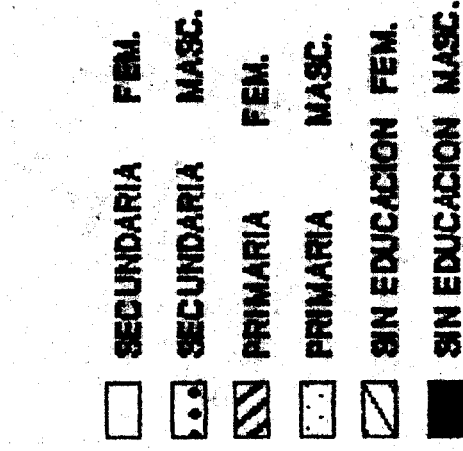
RESPUESTAS

QUE LLAMA MAS ATENCION DE SUS PRODUCTOS



RESPUESTAS

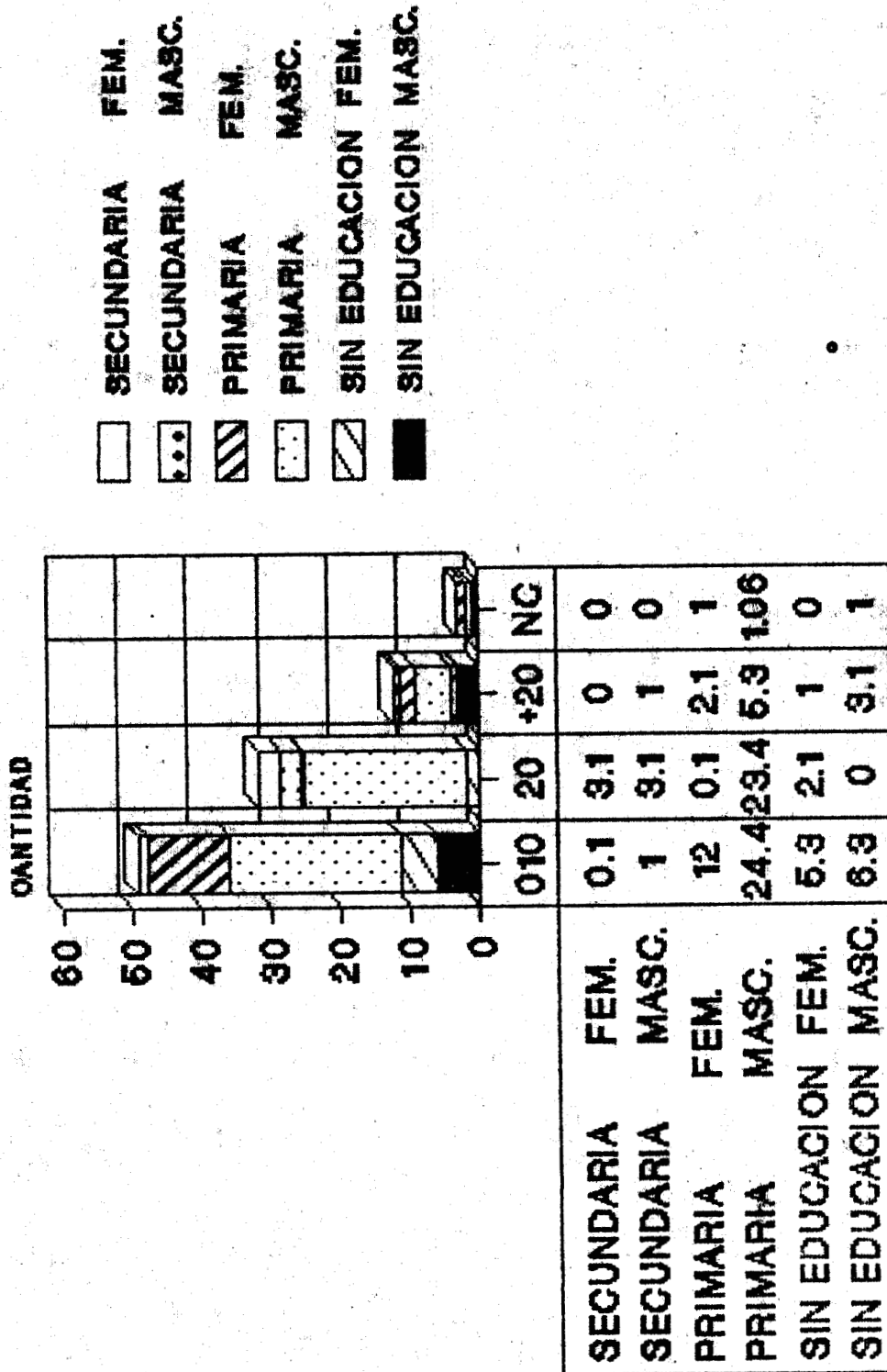
QUIEN VENDE SUS PRODUCTOS FUERA DE SU LOCALIDAD



	MIF	B	NS	OT	NC
SECUNDARIA FEM.	2.1	0	2.1	0	1
SECUNDARIA MASC.	0	2.1	0	0	0
PRIMARIA FEM.	7.4	6.3	0	2.1	2.1
PRIMARIA MASC.	12.7	21.2	12	0	0
SIN EDUCACION FEM.	4.2	6.3	0	1.1	0
SIN EDUCACION MASC.	9.5	1	3.1	1	2.1

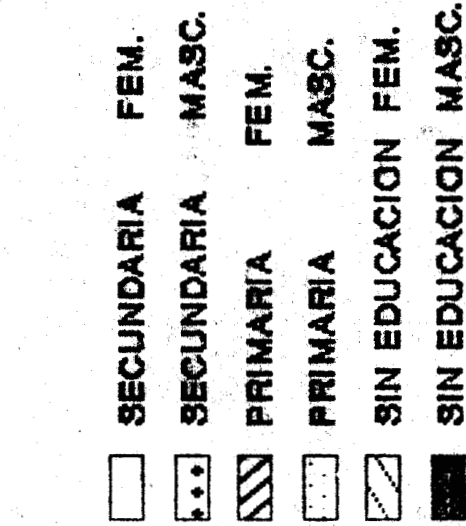
RESPUESTAS

QUE PORCENTAJES TIENE USTED DE GANANCIAS



RESPUESTAS

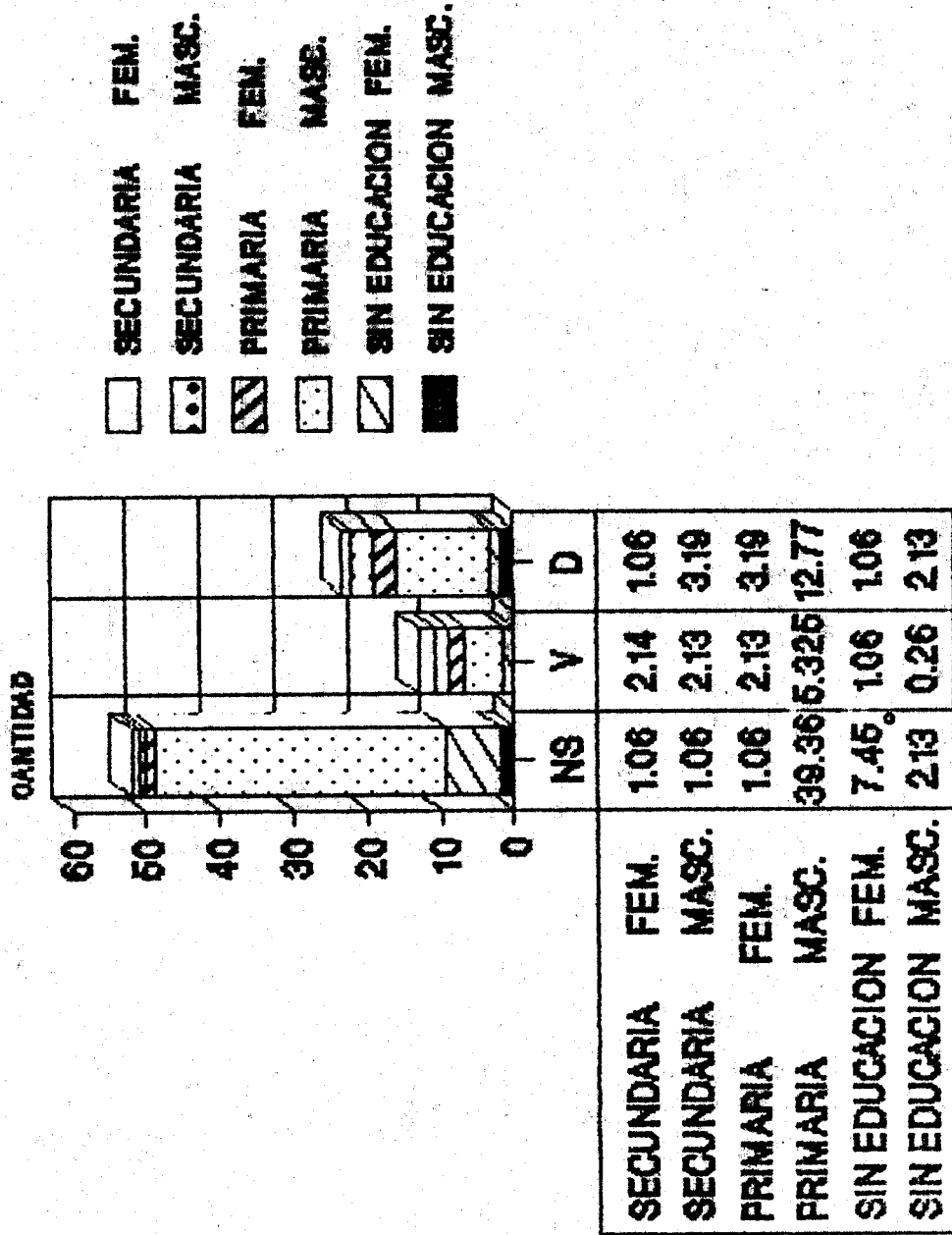
QUE LLAMA MAS ATENCION DE SUS PRODUCTOS



	TAM	CA	PR	CD	M	UT
SECUNDARIA FEM.	0	0	0	3.181.06		
SECUNDARIA MASC.	0	0	1.069.19	0		
PRIMARIA FEM.	0	1.064.24	0.64	1.19		
PRIMARIA MASC.	0	2.135.94	3.62	1.13		
SIN EDUCACION FEM.	0	1.061.06	6.39	1.06		
SIN EDUCACION MASC.	2.132	0	3.184.26	0		

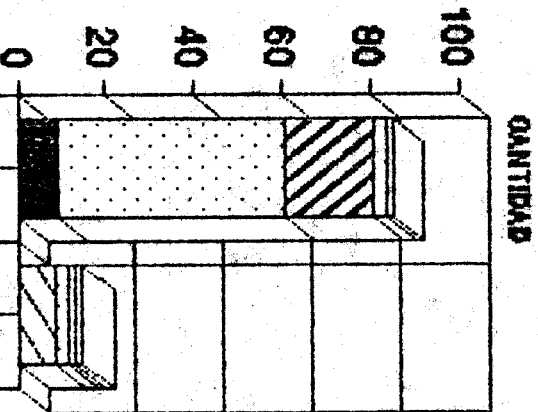
RESPUESTAS

QUE OPINA DEL TLC RESPECTO A SU SECTOR



RESPUESTAS

SE PREPARA PARA HACER FRENTE AL TLC



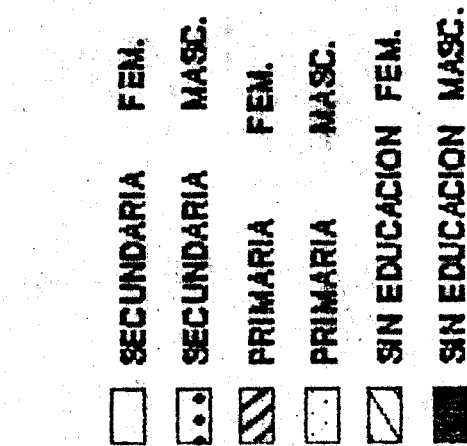
- SECUNDARIA FEM.
- SECUNDARIA MASC.
- PRIMARIA FEM.
- PRIMARIA MASC.
- SIN EDUCACION FEM.
- SIN EDUCACION MASC.

SECUNDARIA FEM.	SECUNDARIA MASC.	PRIMARIA FEM.	PRIMARIA MASC.	SIN EDUCACION FEM.	SIN EDUCACION MASC.
1.06	3.19	20.21	51.06	0	9.57
2.12	1.06	0	3.19	8.51	0

RESPUESTAS

FREELIFE

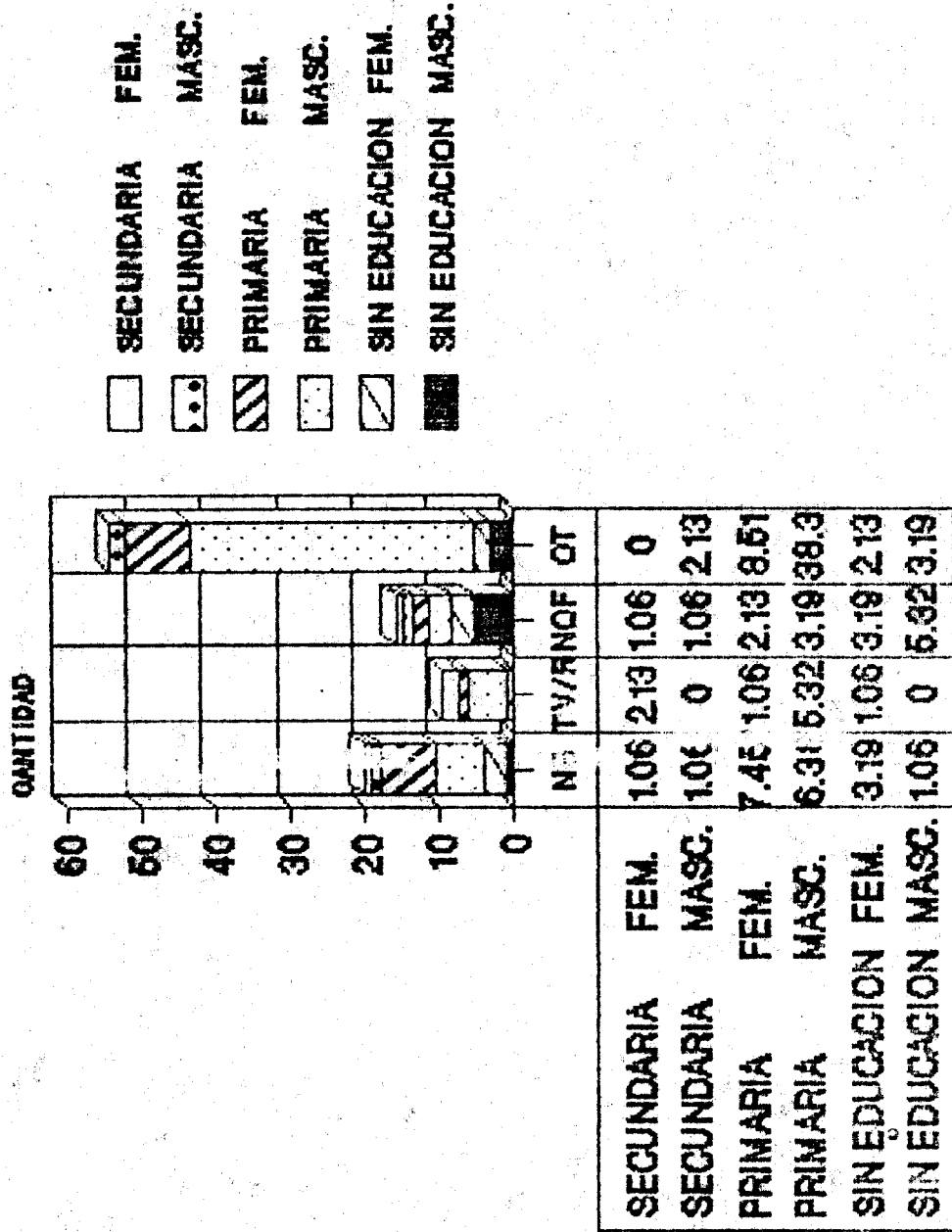
QUE PUBLICIDAD EMPLEA EN SUS PRODUCTOS



	EX	TA	RE	NG
SECUNDARIA FEM.	1.06	2.13	1.06	0
SECUNDARIA MASC.	1.06	0	1.06	2.13
PRIMARIA FEM.	7.45	1.06	2.13	8.61
PRIMARIA MASC.	6.38	6.32	3.19	38.3
SIN EDUCACION FEM.	3.19	1.06	3.19	2.13
SIN EDUCACION MASC.	1.06	0	5.32	3.19

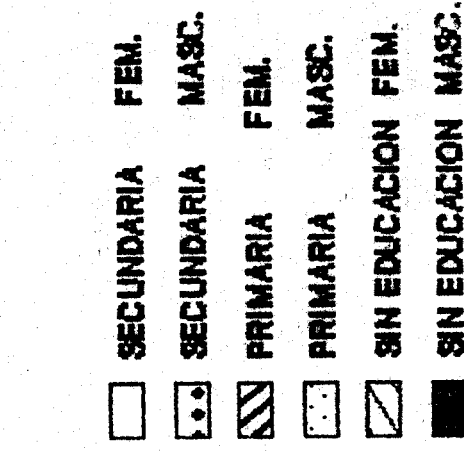
RESPUESTAS

DE QUE FORMA LE GUSTARIA PROMOCIONARLOS



RESPUESTAS

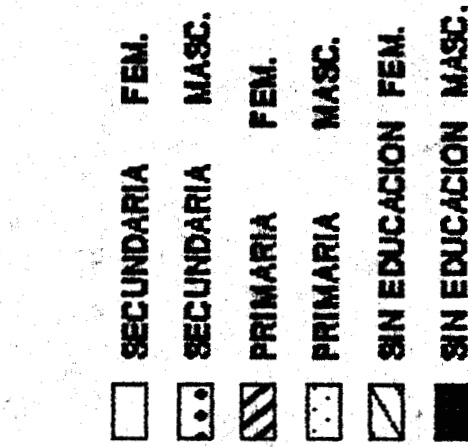
EN QUE EPOCAS DEL AÑO VENDE MAS



	DIC	IND	VAC
SECUNDARIA FEM.	2.13	1.06	0
SECUNDARIA MASC.	3.19	1.06	0
PRIMARIA FEM.	25.53	8.51	3.19
PRIMARIA MASC.	22.34	8.51	4.25
SIN EDUCACION FEM.	7.455	1.06	1.06
SIN EDUCACION MASC.	5.32	2.13	1.06

RESPUESTAS

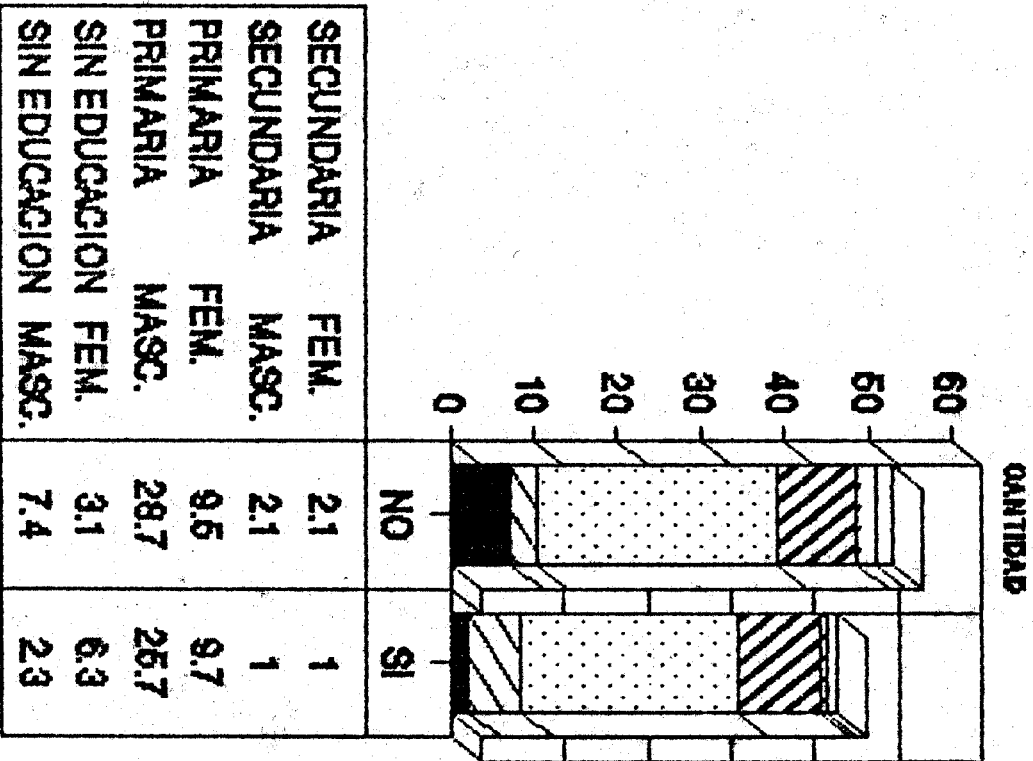
QUE CANTIDAD DE ARTICULOS PRODUCE MENSUALMENTE



	0-100	200-200	NC
SECUNDARIA FEM.	1	0	2.1
SECUNDARIA MASC.	1	0	2.1
PRIMARIA FEM.	5.3	3.1	7.4
PRIMARIA MASC.	17	9.5	26.6
SIN EDUCACION FEM.	1	2.1	2.1
SIN EDUCACION MASC.	4.2	2.1	2.1

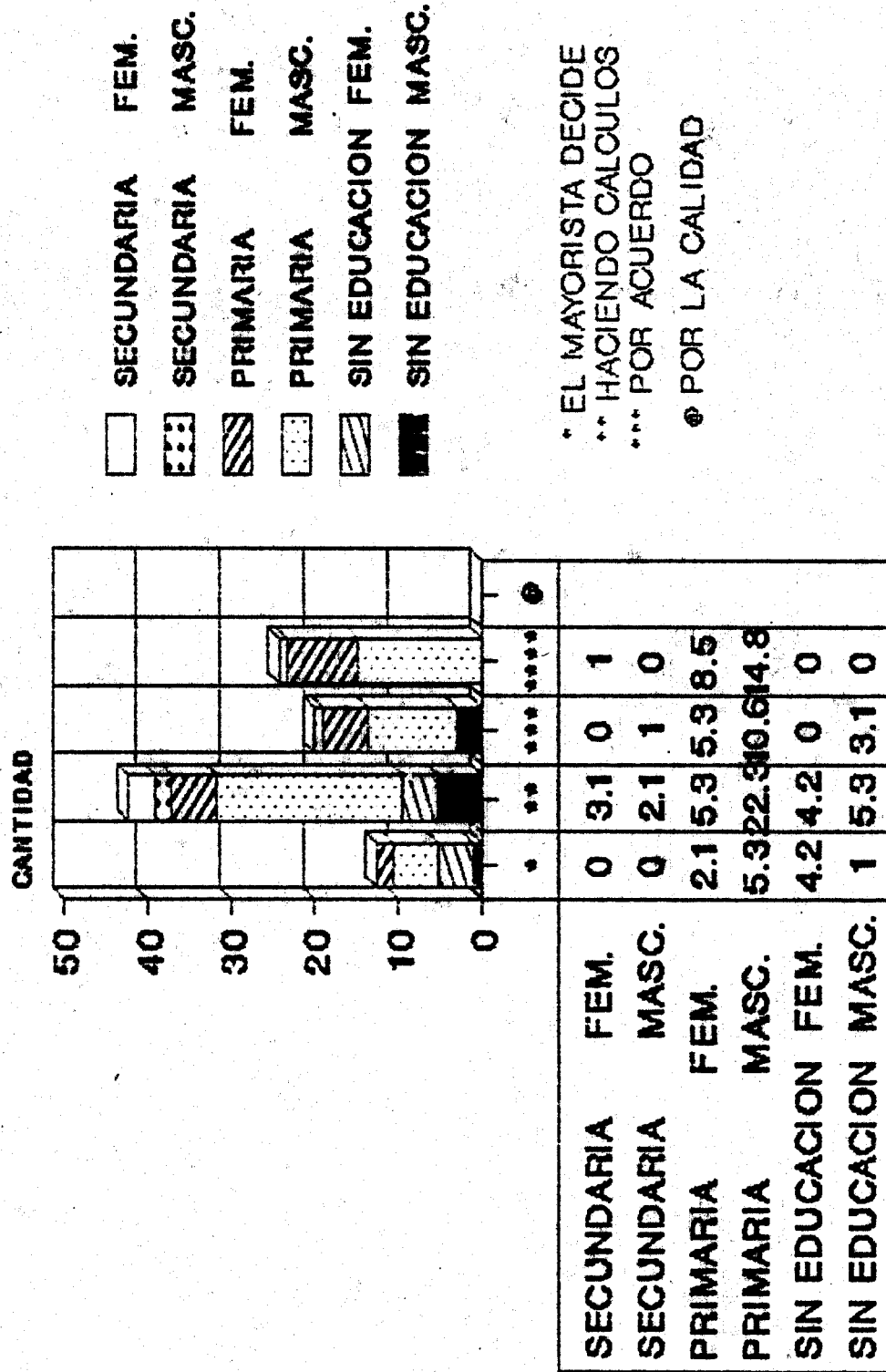
RESPUESTAS

UD. PRODUCE/PEDIDO



RESPUESTAS

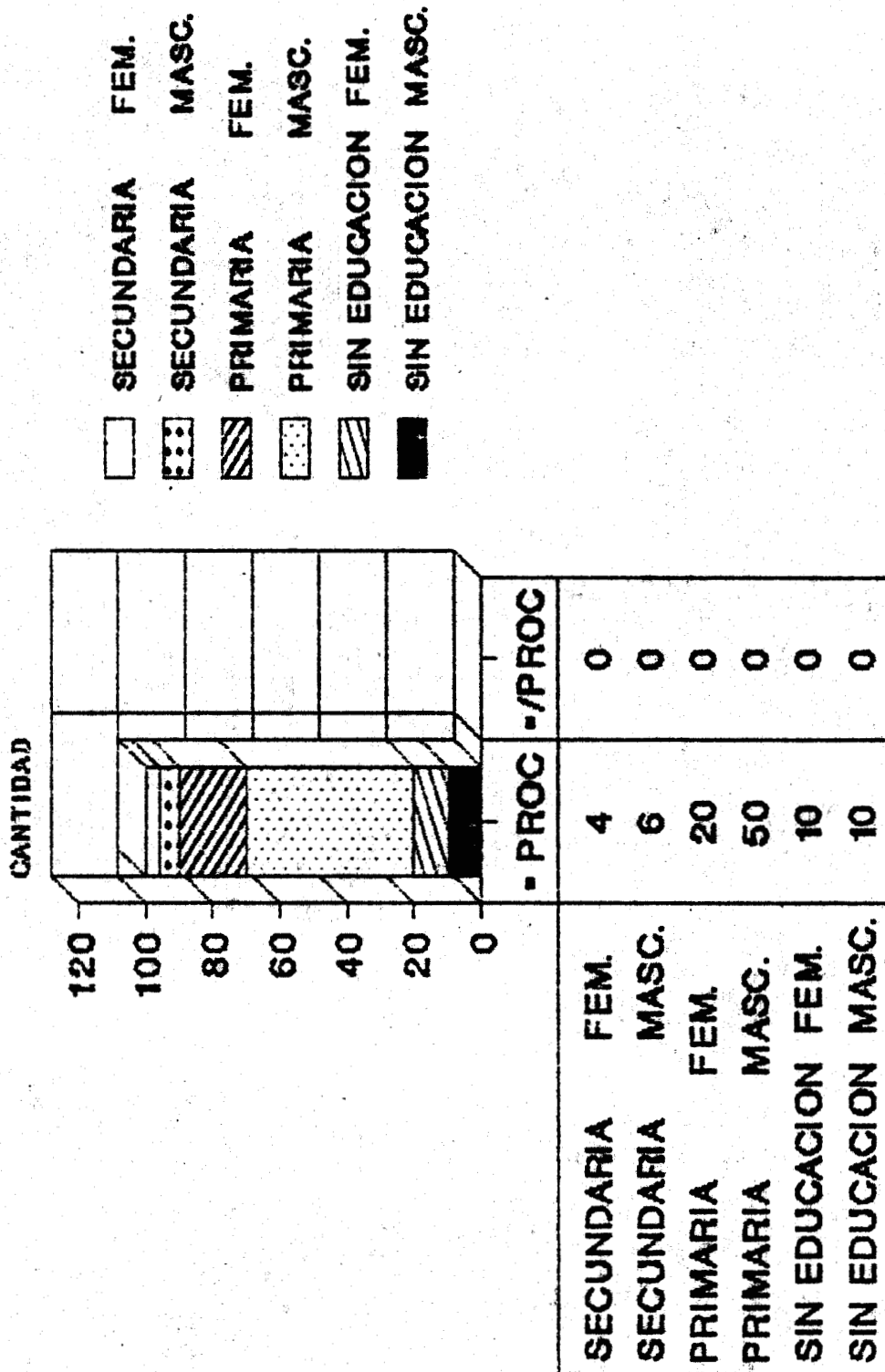
COMO DETERMINA EL PRECIO DE SUS PRODUCTOS



* EL MAYORISTA DECIDE
 ** HACIENDO CALCULOS
 *** POR ACUERDO
 @ POR LA CALIDAD

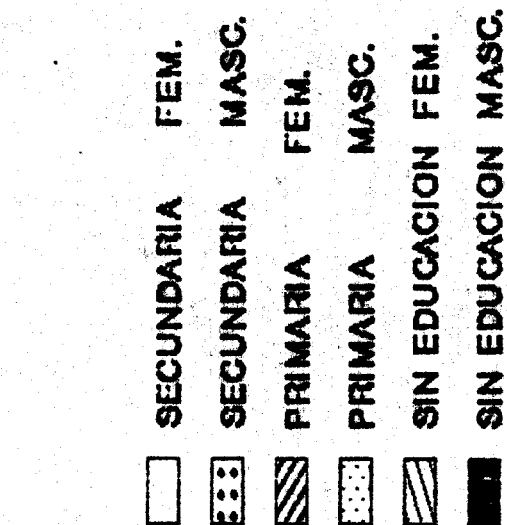
RESPUESTAS

SU PROCESO PRODUCTIVO ES IGUAL O DESIGUAL



RESPUESTAS

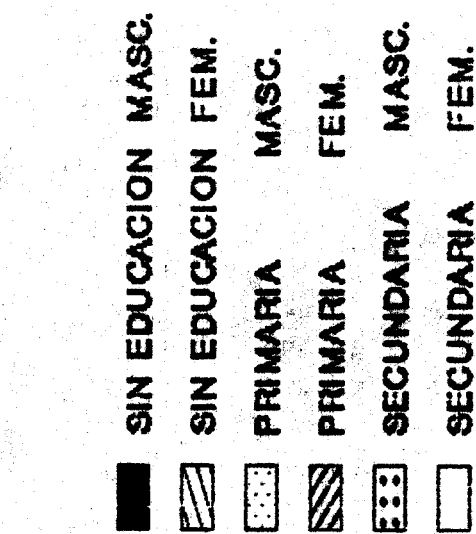
DE QUIEN LO APRENDIO



		POR GENERACIONES	
SECUNDARIA	FEM.	1.06	3.19
SECUNDARIA	MASC.	4.26	0
PRIMARIA	FEM.	18.08	0
PRIMARIA	MASC.	54.26	0
SIN EDUCACION	FEM.	8.51	1.06
SIN EDUCACION	MASC.	9.57	0

RESPUESTAS

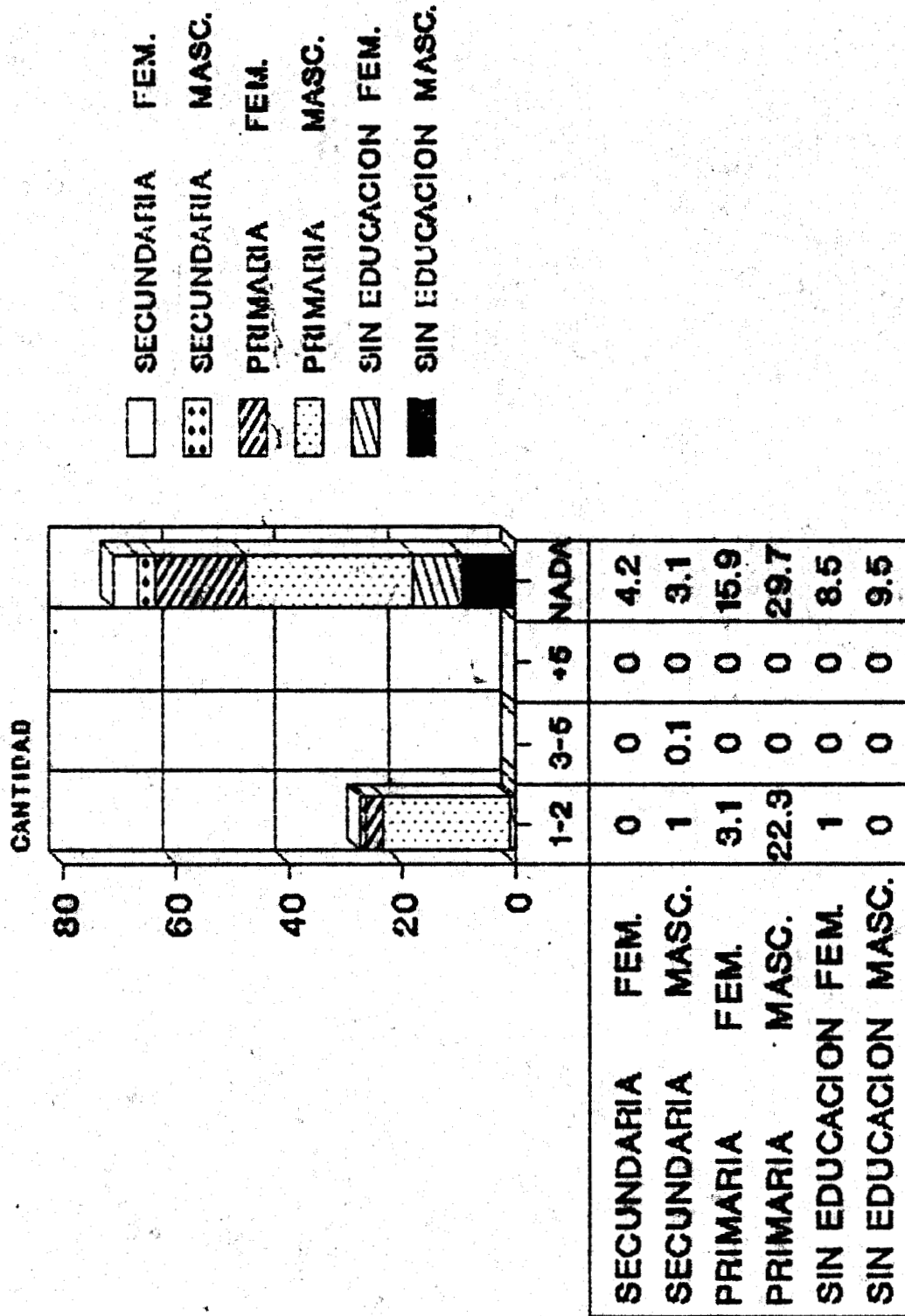
SUS TRABAJADORES SON MIEMBROS DE SU FAMILIA



	NO	SI
SIN EDUCACION MASC.	9.57	0
SIN EDUCACION FEM.	9.57	48.94
PRIMARIA MASC.	5.92	18.08
PRIMARIA FEM.	10	0
SECUNDARIA MASC.	4.26	0
SECUNDARIA FEM.	4.26	0

RESPUESTAS

CUANTO GANAN SUS TRABAJADORES



RESPUESTAS

B.- CONCLUSIONES POR PREGUNTA.

1.- Solamente el 39.36% conoce los diferentes tipos de financiamientos a productores artesanales, lo que deja un saldo de dos terceras partes ignorando las posibilidades de mejoras, a través de créditos, esto puede deberse a que no utilizan la suficiente publicidad para llegar a los lugares clave, puesto que en el Distrito Federal no existe un mercado potencial y es donde se acumulan regularmente dejando a un lado las zonas verdaderamente importantes y donde más necesitan de dichos créditos.

2.- La mayoría de los productores no han intentado obtener algún crédito puesto que no saben de la existencia de estos. Las instituciones no se promueven como debieran y si lo hacen, lo hacen en lugares no indicados (fuera de la zona de aplicación). De ellos que si han intentado conseguir un crédito, ha sido principalmente para la compra de un horno o materia prima, pues los créditos son muy bajos.

3.- Los productores que conocen las instituciones que otorgan el financiamiento son un poco mas del 50% lo que nos lleva a concluir que estos conocen solo de nombre a dichas organizaciones, pero no se han adentrado a sus planes. La institución que mas renombre tiene en Capula es FOMICH. Un fondo trabajado exclusivamente por Michoacán por lo cual se pueden ver cartelones por los poblados y esa es una gran ventaja y oportunidad de expansión para el productor.

4.- Existe un 69.14% de las personas analizadas que aseguran que los financiamientos no cubren las necesidades de los artesanos, ya que se afirman que es muy poco el monto de los créditos otorgando con los cuales apenas les alcanza para pagar la materia prima y los altos costos que implica el alquilar un camión para poder transportar sus productos.

El 30.86% que afirmo que eran adecuados los financiamientos, es porque han podido cubrir sus necesidades a corto plazo en el momento adecuado. Pero sin embargo pudimos observar que hay desconocimiento de estos financiamientos, por lo que han desconfianza hacia ellos por parte de los artesanos, quienes además se desaniman por el tiempo tan largo que tienen que esperar desde que piden un financiamiento hasta que les dan respuesta que en ocasiones no llegan.

5.- De las personas a las que entrevistamos ninguna califico de muy bueno los financiamientos para la comercialización de los

productos, pero un 13.82% los califica como buenos, esto es un porcentaje muy bajo, lo que deja mucho de pensar sobre si realmente vale la pena estos financiamientos.

Un porcentaje un poco mas alto de 27.65% asevera que son regulares. Esto quizá se deba a que no saben como funciona y emiten un juicio muy objetivo al igual que el 44.69% que los califica como malos, cuestión que se deriva posiblemente de que muchos artesanos les quedan mal, existiendo entre 13.84% que no contestan a la pregunta. Principalmente por desconocimiento al tema en particular.

6.- Muy poco porcentaje de la muestra (8.5%) pudo mejorar su producción en cuanto a cantidad ya que produjo mas artículos. Un 6.42% de la gente entrevistada logro solo pagar el material con el que iba a trabajar. nicamente un 3.18% mejoro al grado de llegar a exportar sus productos.

La mayor parte de nuestra muestra no ha tenido aun mejoras por no haber obtenido aun un financiamiento. Un pequeño porcentaje se abstuvo de contestar por no mostrar interés en dicha cuestión.

7. Para dicha pregunta se observa como el mayor porcentaje se encuentra con que solicito un financiamiento, rechazándolo, por causas que ni los mismos productores saben. Le sigue el rango de productores que no han hecho ningún trámite por que no han solicitado ningún crédito por razones que se han explicado en las conclusiones de las preguntas anteriores. El 10.64% lo único que realizo para iniciar su financiamiento fue llenar una solicitud. Un 5.32% se encuentra que se conecto con la Casa de Artesanías, y para esto solo es necesario apuntarse en una lista, pudiendo pasar un año sin respuesta alguna por parte de dicha institución.

Y tan solo el 2.14% ha tramitado un financiamiento por medio de un intermediario (Banco). Como se ha visto mas de la mitad de nuestra muestra no ha obtenido y crédito ya sea por no estar enterado o por que no ha sido sujeto de crédito, teniendo dichas instituciones requisitos que no salen a la vista, ya que les dan promesas, por eso rara vez alguien sale favorecido.

2.- De acuerdo a los datos que obtuvimos después del análisis, de los resultados de la información recabada en el trabajo de campo, encontramos que un 65.90% del total de la población entrevistada no se organiza o forma grupos para la comercialización de su producción de cerámica vidriada; lo anterior es producto de la baja rentabilidad que les proporciona a los artesanos el negocio de la cerámica, por lo que se ven en la necesidad dedicarse a otra actividad, que en el mayor de los casos es la agricultura provocando esto una distracción de actividades y obstáculo para que los artesanos puedan planear la formación de grupos para la comercialización de sus mercancías. Nos encontramos que un 34.10% del total poblacional productor de cerámica vidriada se organiza para la comercialización, dato que puede ser en apariencia una solución regular a la problemática planteada en el párrafo anterior, la realidad es que este tipo de organización es más bien precario, por que se unen en grupos de máximo 10 gentes consolidado por vecinos, familiares o amigos muy allegados, esto no es el reflejo ni por mucho de organizaciones fuertes que pueden ser capaces de influir en las peticiones de ayuda tanto económica como social y cultural.

9.- Según las respuestas de las personas analizadas, es más difícil de lo que se imaginan llevar sus productos a otros lugares a venderlos. En primera por los altos costos que esto representa, ya que si se piensa salir se tiene que llevar una gran cantidad de artículos, para que valga la pena la salida, por lo tanto deben gastar más en materia prima y no disponen de tanto dinero. Posteriormente en caso de que se llegara a salvar este obstáculo, deben alquilar camión ya que la mayoría no tiene uno propio.

Hubo un grupo de personas (36.18%) a las que no les costaba trabajo llevar sus productos, esto se dio porque no salían a vender sus artículos a otros lugares, ya sea porque los vendían ahí mismo o por otras causas que se especifican adelante.

10.- Después de haber concluido el análisis de las respuestas que nos proporcionaron los productores de cerámica en cuanto a la forma de transportar sus productos podemos afirmar los siguientes puntos de vista.

Más de la mitad de la población entrevistada para ser exactos el 55.32% transporta sus productos para la comercialización en autobuses urbanos o en taxi, esto es una clara muestra de la falta de capital para poder financiar el giro del negocio de los artesanos, que además en vista de que dichos medios de transportación les acarrearán pérdidas considerables por el maltrato de los productos y sus fragilidad como consecuencia de lo anterior y aparte de que muchas veces no se cubre el costo de transporte el 17.03% de los artesanos prefieren no salir a vender sus productos fuera de la localidad.

Nos constatamos que un mínimo de productores que representa solo el 4.26% del total poblacional cuenta con camino propio para comercializar sus productos; estos caminos que son pocos, además, no son voluminosos y las condiciones de mantenimiento en que se encuentran son precarias.

Otro grupo de artesanos que está constituido por los productores que transportan sus productos a nivel local en carretillas y los que no contestaron la pregunta representan el 7.44% esto nos ratifica la falta de liquidez de los artesanos

para poder realizar inversiones que contribuyan al crecimiento de la infraestructura de cada lugar de trabajo y a la adquisición de medios de transporte en forma individual o colectiva para la comercialización de sus productos.

12.- Un total de 50.25% de nuestra objeto de investigación, sólo realiza ventas locales, es decir, en el mismo lugar que realizan el producto, lo venden por lo regular a los de las bodogas. Esto es porque básicamente en el lugar, por no ser zona turística no hay otro tipo de público a quien vender. Las demás personas eran

productor para poder hacer una planeación eficiente. proporcionalmente a la falta de conocimientos necesarios del 21.27% de ellos tienen problemas de esta índole, tienen la misma repercusión, que el de los materiales, ya que el También la falta de la planeación, el tiempo y espacio

Por otro lado los insumos necesarios para poder producir materiales y a lo delicado que resulta su manejo. se debe principalmente a la falta oportuna del suministro de representan el segundo gran problema para los productores, y esto

esta actividad productiva. Así podemos ver que la escasez de recursos financieros se deben a dos causas principales: falta de financiamientos que proveen de recursos y la poca rentabilidad que esta representando

11.- Como podemos observar en los resultados la principal causa de los problemas de producción se debe a la falta de recursos financieros, que son necesarios para que el productor artesanal pueda ya no solo incrementar su nivel productivo sino mantenerlo.

quienes salían a algún lugar cerca del poblado e inclusive a algún sitio del interior de la república.

nicamente existió un caso en el que la persona vendía internacionalmente al país de Alemania.

13.- Podemos concluir que la mayor parte de la comercialización de los productos de cerámica vidriada se da a un nivel de menudeo es decir, pequeña escala, al comparar significativamente el porcentaje total de las ventas al mayoreo con respecto al menudeo se ve una superioridad innata ya que la forma de vender de casi todos los productores se realiza al menudeo esto se da principalmente por varios aspectos como son la falta de solidez económica y técnica que traen como consecuencia un corto desarrollo de la comercialización.

La comercialización se da en menudeo por la falta de recursos para producir a gran escala el cual es uno de los principales problemas que enfrentan nuestros artesanos cuando se trata de exportar, ya que no tienen la capacidad tanto técnica como económica para hacerles frente a los grandes pedidos internacionales y a todo esto debemos agregar los problemas que entre ellos mismos se dan por competencias, envidias y la falta de perspectivas de unión para buscar el desarrollo. Poco a poco la venta en mayoreo va incrementandose gracias a un mayor conocimiento y apertura de nuestros nuevos mercados, de ahí que se busque que estos y demás productos artesanales se fusionen para poder producir y así vender a un nivel de volumen superior y de esta manera estar preparados para el mundo cambiante y competitivo que nos espera.

14.- Después de observar los resultados de la investigación, desgraciadamente observamos una realidad inherente, ^o centro del aspecto de utilidad y ganancia del artesano de cerámica vidriada. Desafortunadamente mas del 85% de nuestra muestra tiene una ganancia inferior al 10% del total de las ventas, lo cual nos indica un bajo nivel de ganancia con respecto al trabajo, material e ingenio que se pone en cada unidad producida.

Es realmente triste observar que una gran parte de la población que realiza trabajos artesanales de cerámica vidriada esta viviendo en una deplorable situación económica lo que es resultado de un pésimo nivel en el poder adquisitivo de los artesanos y un inadecuado apreciamiento de esta actividad, tan rica en lo que corresponde a los valores socioculturales que aporta así como el beneficio que ofrece económico que da a miles de artesanos no solo en Michoacán, sino también en algunas otras regiones del país.

Uno de los factores que mas influyen en la ganancia tan irrisoria que los productores captan es la existencia de los capitalistas intermediarios, los cuales de manera hasta coercitiva hacen que los productores vendan a precios bajísimos, esto ocasiona ya un gran vicio y ganancia para ellos, los cuales son los que verdaderamente se llevan la ganancia dejando con solo una pequeñísima parte de las utilidades a los artesanos, en parte la culpa también es de estos que les hace falta el deseo de integración para poder formar un grupo mas fuerte de producción.

es por ello que los intermediarios se aprovechan de su necesidad.

15.- Existe una gran gama de cualidades que podemos enumerar las cuales hacen que el producto sea más demandado.

De acuerdo con la investigación se puede concluir que lo que más atrae a los clientes es la forma, estilo y sobre todo el color que le da el yermo o greta al barro al hornearlo.

Sin duda lo que más atrae a propios y extraños en cuanto a la calidad del producto es que aunque está realizado con instrumentos relativamente rudimentarios los productos salen con alta calidad y sobre todo satisfacen las necesidades de los compradores.

Otra gran característica primordial de atracción de los productos artesanales de cerámica vidriada es sin duda el precio el cual es simplemente extraordinario en comparación con productos similares de otras partes del mundo.

16.- Aunque toda la alfarería que se produce en Capula es para el mercado, difiere la forma en que los alfareros la venden.

El 36.17% de las personas entrevistadas van ellos con sus familias a vender los productos. El 37.23% vende sus mercancías

las bodegas del mismo pueblo. El 17.04% no salen a vender sus productos. Y el resto de la población entrevistada no contesto o mencionó formas específicas por ejemplo: una mencionó que sus hermanos cuando van de viaje se llevan productos para venderlos en la frontera.

Las bodegas por su parte se encargan de revender los productivos de los artesanos, o en algunas ocasiones los productores, que venden sus productos al menudeo venden su propia loza al menudeo, compran también loza de otros alfareros para revenderla, sobre todo la que ellos no producen.

Por su parte algunos de los productores que venden sus productos ellos mismos, acuden a tianguis de pueblos aledaños para vender sus productos (Santa Fe y Tzintzunzan).

17.- La mayoría de las personas que entrevistamos no tienen conocimiento sobre la entrada de México al Tratado de Libre Comercio, pues el 65.95% de los productores no sabe lo que implica la entrada de México al TLC, el 10.64% dice que traerá ventajas, ellos piensan que la entrada al Tratado implica la venida de más extranjeros, y es que ellos son los que con mayor frecuencia les compran su mercancía; el resto dice que traerá desventajas, argumentando que "el barro no se exportará". Otro entrevistado mencionó que a él no le interesa esas cuestiones que para él lo importante es comer.

18.- Es lamentable que la inmensa mayoría de los productores no estén informados y menos aun no se estén preparando de ninguna forma ante el Tratado de Libre Comercio, ya que el 93.6% de ellos menciono si siquiera conocerlo.

Lo anterior no viene mas que ha comprobar que por un lado la información del TLC no ha llegado a todos los lugares y estratos sociales del país.

Y por el otro lado que la actividad artesanal no se le ha dado la importancia debida ya que ha quedado rezagada en cuanto a los efectos que no pudiera tener con el TLC.

Así la poca importancia de este y otros aspectos hacia la actividad artesanal trae como consecuencia que el nivel económico social de los productores se venga deteriorando con el paso del tiempo.

19.- En dicha pregunta observar como el porcentaje mayor es para los talleres familiares, es decir, predomina la tradición en cuanto a la alfarería, y se nota como desde pequeños los hijos se tienen que dedicar a producir trabajos externos, además es ilógico trabajar en talleres externos si ellos tienen uno propio (familiar).

20.- De los artesanos que entrevistamos durante la investigación, el 20.22% no utilizan un tipo de publicidad premeditado esta es mas que nada de forma natural, mediante la exhibición de los mismos en sus locales o lugares de trabajo. El 15.96% de los productores consideran que su publicidad depende de la propaganda que les hagan los mismos clientes, es decir en la medida en que sean recomendados o no sus productos se verán acrecentadas o disminuidas sus ventas. Una porción mínima representada por el 9.59% realiza su publicidad por medio de tarjetas.

La realidad mas desfavorable es que un 54.24% de los artesanos no realizan ningún tipo de publicidad, ya que consideran que seria un gasto infructífero y como esta no es la única actividad a la que se dedican, no tienen el tiempo suficiente para desarrollar un programa de publicidad masiva a sus productos.

21.- Al preguntarles a los entrevistados en que forma les gustaría promocionar sus productos. El 22.67% no tenía ni idea de como hacerlo, mientras que un 28.71% externo que le agradaría poder promocionarse por medio de la radio y la televisión.

El 20.21% se mostró un poco apático y negativo al afirmar que no había ninguna forma de lograr dicha promoción. Por otra parte el porcentaje restante que es el 23.39% aclaro que lo preferían hacer utilizando otros medios ya sean mediante carteles publicitarios o mediante referencias.

22.- La época en la que los productores aumentan su venta de mercancías es en diciembre (65.95%), otras el 24.47% vende todo el año y el 9.58% vende mas en vacaciones.

Alguna característica importante es que los productores de cerámica vidriada, en épocas de lluvia, disminuyen su producción, pues existe una gran pérdida por las roturas que sufren las piezas. Esto disminuye por consiguiente sus ventas.

23.- Los artesanos que comprenden un 29.82% del total de la muestra que no se produce demasiado, ya que esta actividad la complementan con la agricultura y cría de animales, para poder solventar todos sus gastos familiares, además cuentan algunas familias con el apoyo de sus hijos mayores que trabajan en las fabricas cercanas o en el Distrito Federal, estas personas producen aproximadamente 100 artículos mensuales.

Otro grupo de artesanos que producen entre 100 y 200 artículos mensuales así como los que producen mas de 200 conforman el 65.74% de nuestra población. Estas personas producen un poco mas porque sus ventas son mas constantes, aun así tienen problemas de solvencia económica, es por ello que se dedican a otras actividades.

Existe otro grupo muy pequeño de artesanos que representan el 4.24% que a consecuencia de sus bajas ventas no le dan tanta importancia ala actividad de cerámica vidriada, es por ello que no tienen un control de su producción mensual.

24.- Los artesanos de la región que del total de nuestra muestra abarcan el 54.25% realizan su producción por medio de pedidos, lo anterior no quiere decir que tenga ventas voluminosas ya que los pedidos que les hacen no rebasan los 500 artículos. El 45/75% de los artesanos entrevistados no producen sobre pedido. Sus ventas las realizan principalmente a los intermediarios que llegan hasta sus casas o establecimientos o en su defecto por cuenta propia lo van a ofrecer directamente al consumidor que se encuentran en las ciudades aledañas como son Quiroga, Patzcuaro, Zamora y Morelia, por mencionar algunas.

25.- De los artesanos que entrevistamos el 12.77% nos dijo que su principal problema para vender sus productos son los competidores que producen a mayor escala y manufacturada. Ya que elaboran sus productos con mas rapidez y los venden a un precio mas barato, lo que es un problema para los artesanos que realizan su producción manualmente.

La falta de transporte es otro problema que obstaculiza las ventas según el 15.95% de los artesanos sus ventas potenciales se ven disminuidas por la falta de medios de transportes apropiados para dicha actividad, ya que en el autobús foráneo de pasajeros o en el taxi, aparte de no poder transportar demasiada mercancía, se pierden gran cantidad de productos por el mal trato que reciben.

26.- La mayoría de los artesanos encuestados han aprendido este arte de sus antepasados pues el 98.94% dice haberlos aprendido de generación en generación y solamente el 1.06% dice que lo aprendió de un maestro. Los alfareros actuales recuerdan que sus abuelos producían alfarería corriente de barro color café, vidriada (ollas, cazuelas, macetas, comales) para los mercados locales y regionales.

27.- En Capula existen tres tipos de productos alfareros:

- 1.- Los de loza corriente,
- 2.- la fina, y
- 3.- la semifina.

El proceso de transformación de la materia prima presenta rasgos comunes, pero también diferencias, en la producción de los tres tipos.

Describimos brevemente el proceso de producción, a partir de las experiencias de los productores, indicando las diferencias que resultan según se trate de loza corriente, fina o semifina.

Mientras que la gran mayoría de los alfareros recogen el barro por sí mismos (aunque en varias casas este trabajo lo recogen peones asalariados), la recolección de leña no está generalizada; en parte porque los bosques que antes eran frondosos ya no existen, en parte porque algunos tienen medios suficientes para proveerse de leña comprándola a un transportista que entra al pueblo periódicamente y que vende recortes de los aserradores de Pátzcuaro. Los que siguen buscando leña en los alrededores son los productores más pobres: "para ir a traer una carguita de leña ahora duramos todo el día pues el bosque se lo han acabado".

Para cualquier clase de loza se usan dos tipos de barro: el

Barro rojo o colorado, que se recoge en una veta dentro de los límites de la localidad, en un terreno que se dio a la comunidad cuando se hizo el deslinde ejidal y por cuya extracción no se cobra, y el barro blanco que se mezcla con el anterior, en menor o mayor proporción según que la loza sea corriente o fina. La veta de barro blanco está en un terreno privado, también cerca de la localidad, y por su extracción se paga al dueño del terreno. Los productores que transportan barro en camión pagan además a 3 o 4 peones que hacen el trabajo.

El barro, que se extrae en terrones, se apalea, esto es, se pulveriza golpeándolo con un palo pesado, labor que sólo pueden realizar los varones adultos y fuertes. Hecho esto, se cierra para obtener un polvo fino libre de impurezas. El polvo se mezcla después con agua hasta obtener una masa de la consistencia adecuada, a la que se da forma de cilindros que se cubren con pedazos de bolsas de plástico para evitar que se sequen. La preparación del barro se hace por lo general un día antes de moldear las piezas, tratándose de loza fina o corriente. •

Para hacer las piezas, el alfarero se sienta frente a una mesa de piedra sostenida por tres piedras _la laja_ y junto a él coloca los instrumentos de trabajo necesarios. El número de lajas en cada casa depende del número de miembros de la familia que moldean al mismo tiempo. En algunas casa, en lugar de la tradicional laja, se construyeron mesas de cemento.

El procedimiento que se sigue para hacer cazuelas y ollas es el mismo: con un delgado hilo de nylon se corta una rebanada del barro preparado, se masa como si fuese pan, se coloca sobre la mesa, que previamente se espolvoreó con tizar (tierra blanca pulverizada) que evita que el barro se pegue, y se le va dando forma circular con golpes verticales mediante una piedra llamada torteador. La torta que se obtiene es un disco perfecto de grosor uniforme y con el diámetro adecuado al molde que se va a utilizar.

Los moldes, también hechos de barro y de fabricación casera, tienen en el centro un mango de madera que sobresale de la cara cóncava. El alfarero apoya el extremo del mango sobre una tablita que sostiene entre las piernas y coloca sobre el molde el disco de barro; el barro se pega al molde con golpes suaves de una mano, mientras se hace girar el molde con la otra. El barro que sobresale se recorta con un rápido giro del molde, mediante un hilo de nylon que se sostiene con los dientes por un extremo y con la mano derecha por el otro. Después se echa un poco de agua sobre el barro que ya ha tomado la forma del molde y se alisa con una piedra llamada janamo y con la palma de la mano. La pieza se coloca sobre tablas dispuestas sobre el suelo y se retira el molde. La pieza se deja secar, generalmente a la sombra, durante media hora. Antes de hacer más piezas, el alfarero limpia la baja de residuos de barro y comienza nuevamente la operación del moldeado.

Para el proceso descrito hasta aquí, algunos alfareros cuentan con la ayuda de un hijo varón; el padre hace el° disco de barro y lo pasa al hijo, que moldea la pieza. También pueden ayudar los hijos menores, que ponen la pieza a secar y evitan que el padre deba levantarse. Hay casos en que los cónyuges, el padre y varios hijos, moldean a la vez.

Cuando las piezas están secas, se tallan con una piedra recubierta de cuero, con fibra o con estropajo. Si las piezas van a decorarse con dibujos o adornos sencillos, éstos se hacen después de lijarlas y antes de quemarlas.

Para los adornos tradicionales de la loza corriente (puntos blancos en la orilla de la cazuela u olla) se usa una pintura que procede del estado de Jalisco, que se adquiere a algunos comerciantes de la localidad o a vendedores ambulantes. Los pinceles que se usan son por lo general de palo de cola de ardilla amarrado a una varita y se hacen en la casa. Otro adorno usual en la loza, corriente se hace pasando un rodete o una corcholata sobre la orilla de la pieza y pintando después la orilla. Si las piezas llevan asas, éstas se colocan sobre la pieza seca.

Cuando se trata de alfarería fina, las piezas se decoran en crudo. En Capula hay sólo cinco familias que trabajan vajillas, además de otras cuatro que hacen loza fina, aunque no vajillas.

Todas estas familias aprendieron a decorar gracias a las enseñanzas del primer alfarero que experimentó pintura sobre barro, resultado a su vez de su aprendizaje con un especialista en la ciudad de Guadalajara. Ese alfarero, ya difunto, que era pariente de las familias que hacen vajillas, goza de un gran respeto y prestigio y se lo considera el maestro.

Los alfareros finos son especialistas en relación al resto de los productores; los alfareros que hacen loza semifina son aquellos que no han adquirido la habilidad suficiente para decorar en forma fina; algunos, incluso, no poseen habilidad aunque hayan experimentado ya algunos años.

Cuando la loza necesaria para llenar un horno -lo que se lleva 15 días de trabajo ininterrumpido de tres individuos adultos en cualquier tipo de loza- se procede a la primera quema.

Esto se hace igualmente en la casa del productor, en hornos de adobe de fabricación casera; los hornos son circulares con un hogar subterráneo y una parrilla de piedra que queda al nivel del piso, sobre la que se ponen tepalcates que reciben de loza que se va a quemar, que también se cubre con tepalcates.

La capacidad del horno depende del tipo de piezas que se elaboren; los que hacen loza corriente y se especializan en cazuelas las fabrican en cinco o seis tamaños diferentes. La

hornada de un alfarero de loza corriente puede consistir hasta en 75 docenas de cazuelas de seis diferentes tamaños, incluyendo miniaturas (juguetes), hechura de niños y abuelitas.

Los alfareros de loza fina llegan a acomodar en su horno hasta dos vajillas decoradas para 12 personas (75 piezas) además de la docena de cazuelas corrientes, unas 20 piezas diarias.

Las piezas, listas para entrar al horno, previamente calentado, se asolean para evitar cambios bruscos de temperatura. Cargar un horno grande toma aproximadamente dos horas, la primera quema tarda entre 4 y 7 horas, según el tipo de loza, pues la temperatura debe ir aumentando gradualmente.

Cuando los alfareros no actúan de la manera descrita sufren pérdidas, pues su producción sufre roturas.

Ya cocidas y frías las piezas, se procede a vidriarlas (gretearlas). Este proceso suele estar a cargo de las mujeres adultas y la sola preparación de la greta entre dos personas requiere una hora. El vidriado se hace con la mano en el interior de las piezas, y rara vez por fuera; una hornada de loza corriente se greta en una hora y media.

Ya secas se procede a la segunda quema. Esta quema dura más que la primera, puesto que se necesitan mayor temperatura y

tiempo para que la greta se extienda uniformemente y no queden grumos; lo habitual que tarde entre 6 y 8 horas.

La greta que se utiliza en Capula procede de Monterrey y se puede comprar en bodegas de los comerciantes locales a un precio que fluctúa en el precio.

Antes los alfareros utilizaban greta 100%, pero por la cantidad de plomo que contienen la han disminuido con esmalte.

29.- De acuerdo con crónicas del siglo XVIII se sabe que Don Vasco de Quiroga, en sus proyectos de adjudicar a las diferentes regiones del entonces Obispado de Michocacán tareas económicas especializadas, encomendó al poblado de Capula el corte de madera que después sería labrada y decorada en el cercano pueblo hoy llamada Quiroga.

Los productores actualmente han aprendido el arte de trabajar la cerámica de sus antepasados, pues el 98.94% menciona que su aprendizaje ha sido de generación en generación y solamente el 1.06% lo aprendió por oficio.

Los productores de cerámica recuerdan que sus abuelos producían alfarería de barro color café, vidriada (ollas, cazuelas, macetas, comales) para los mercados locales y regionales. Hoy encontramos en Capula no sólo la producción tradicional de loza corriente, sino la producción de una alfarería llamada fina, que no tiene más de 20 años (platos, vajillas, juegos de té ricamente decoradas con dibujos y formas más toscos y burdos que los de la loza fina), hecha en general por aprendices de loza fina.

29.- Los rasgos en común que se presentan se refieren de manera esencial a la organización familiar del trabajo.

La división familiar del trabajo en el momento de la producción, así como el abastecimiento de la materia prima, dependen en primera instancia del número de miembros que integran la unidad familiar (sobre todo de hijos adultos y sexos), pues el 67.02% trabaja en un núcleo familiar, y sólo el 32.98% tiene asalariados.

Como ya se indicó la unidad familiar es en general la familia extensa; con el jefe de familia viven los hijos varones casados, cuando los hay. Si el jefe de casa es el hijo mayor, sus padres pueden vivir en la misma casa. Así, bajo un mismo techo podemos encontrar viviendo a una familia con representantes de cuatro generaciones (padres del jefe de casa, jefe de casa con hijos y nietos). Si el jefe de casa tiene hijos varones mayores de 12 años, ya cuenta con ayuda efectiva para desarrollar sus actividades agrícolas o alfareras.

30.- Cómo ya se mencionó los trabajadores que son miembros de la familia y no perciben salario, pues en el caso de la alfarería, la ayuda de los hijos varones es sumamente necesaria, sobre todo para abastecer a la unidad productora de la materia básica -el barro- y de la leña, que es el único combustible usado para la quema de la loza en los hornos.

La organización familiar del trabajo es también la más común; En los casos en que algunos alfareros aumentan sus ingresos con los que obtienen otros miembros de la familia fuera de la producción alfarera, éstos se consumen también en conjunto.

Los alfareros alternan el trabajo con la actividad agrícola, lo que implica que una de las dos actividades está supeditada a la otra.

Los ingresos que se obtienen de las ganancias de la venta de la loza cubren los gastos para la subsistencia de los miembros de la familia junto con los ingresos adicionales de las actividades ya mencionadas.

Por lo que se refiere a los trabajadores asalariados ellos no perciben nada, únicamente su manutención, es decir su alimentación y vivienda, algunos (27.65) de ellos perciben menos del salario mínimo y es que algún parentesco los une.

VII. CONCLUSION GENERAL

A. CONCLUSIONES GENERALES

El poblado es pequeño, casi desierto, se encuentra a 10 Km. de Morelia, Michoacán. El 97% de la población se dedica a la cerámica, indistintamente niños y mayores.

La situación en que se encuentran los productores de artesanía es sumamente injusta, son el primer eslabón de una cadena de comercialización de la cual los intermediarios explotan y abusan.

Los artesanos se encuentran sometidos por el no saber del valor que lleva consigo la artesanía, pues mal baratan sus productos, esto sucede por varias razones, tienen a miles de productores a su alrededor, Capula es un poblado netamente artesanal, con una tradición muy arraigada de talleres familiares. Llegando a la conclusión de que por herencia se comportan de una forma un tanto egoísta, que les lleva al estancamiento, pues se niegan a la idea de crecer en equipo.

Al ser Capula un productor de artesanías, no existen otras fuentes de trabajo, se ven obligados o forzados por la tradición, pues se observan desde niños hasta ancianas en la elaboración de los productos.

A través de los financiamientos se pensó en la oportunidad de mejoras, pero la esperanza decreció totalmente al no estar preparados ni los productores, debido a sus costumbres, ni las instituciones, debido a la mala organización.

Al decir que a las instituciones les hace falta organización, es porque, dicho por los mismos productores, no han sabido llegar a su mercado potencial, el sector artesanal. Pues si algunos conocen instituciones, es solo de nombre.

La mayoría de los productores solo conocen el FOMICH, esto porque es un programa de apoyo a los productores propio de Michoacán.

Los productores no tienen ninguna forma de promoción o publicidad de sus artículos; para llegar a sus talleres, es por medio de preguntar a los pueblerinos o tocar de puerta en puerta.

La forma precaria en que se encuentran los productores, les lleva a un continuo ciclo vicioso de estancamiento, pues no logran siquiera salir de su poblado, mucho menos buscan la posibilidad de exportar productos.

La economía en que nos encontramos exige una movilidad de recursos, opciones y preparación, la ignorancia de los artesanos los lleva a no preocuparse, ni siquiera enterarse del rol de vida

que exige un México próximo abierto a la libre comercialización, sin mirar más allá de lo que puede traer consigo un Tratado Trilateral, ni las posibles opciones para con ellos.

Encontramos una familia que exportaba productos a Alemania, habían hecho contacto con una persona en Morelia quien por medio de esta le pedían solamente cerámica de altos hornos, (blanca) les llegaban el pedidos, estos empezaban a trabajar.

Su forma de empacar se solo envolviendo con papel periódico los artículos.

Las bodegas son lugares donde los productores venden sus artículos, a muy bajo precio, el precio lo estipula los mismos de la bodega, es un mal necesario, cuando los productores no venden sus artículos, o tienen otra salida que recurrir a la bodega para poder conseguir medios para poder sobrevivir un corto tiempo.

La mayoría de las personas que se dedican a la artesanía, son mujeres, regularmente los hombres salen a trabajar en la siembra mientras estas se quedan en casa. Regularmente no contratan trabajadores, son las hijas quienes ayudan a dicha labor.

B. CONCLUSIONES ESPECIFICAS.

1.- Después de haber realizado la investigación acerca de la producción y comercialización de la cerámica vidriada en Capula Mich. se comprobó que los artesanos si requieren de financiamientos para la comercialización y producción de sus productos, lo cual queda respaldado por un 69.14 % de artesanos que opinaron que los financiamientos existentes no cubren las necesidades para el desarrollo de sus perspectivas de crecimiento y solo el 13.82 % opina que tales financiamientos si son adecuados.

Pero eso no es todo, ya que otro problema fundamental radica en el desconocimiento casi total de los actuales créditos que se les pueden otorgar a los artesanos donde solo el 39.96 % dice conocerlos y de ellos el 63.83 % ni siquiera a intentado obtenerlos .

Sobre las instituciones tanto privadas como publicas que pueden otorgan créditos solo el 50% las conoce realmente.

Lo mas preocupante sobre la eficiencia de los créditos radica en que el 10.645 % lograron iniciar un crédito pero solo el 8.3 % pudo mejorar su producción y el 6.42 % lo utilizo solo para la compra de materia prima .

2.- Sin lugar a dudas la publicidad es parte fundamental en toda organización, pero desgraciadamente no se encuentra al alcance de la mayoría de ellas. De ahí se desprende que la segunda hipótesis afirmativa se halla comprobado ya que mas del 50 % de artesanos no utilice ninguna publicidad para sus productos; el que se empleen ciertos medios de publicidad poco efectivos como lo es la exhibición de sus productos en sus propios locales (20.20%) y otro 15.95 % lo realiza por referencias, provoca que no se den a conocer sus productos en otros latitudes para poder así acceder a nuevos mercados ;es decir que se de un mejoramiento en su comercialización.

Otro factor importante en la escasa utilización de publicidad es el desconocimiento de mas del 27 % de artesanos que no saben como darle publicidad a sus productos .Esto nos lleva a reafirmar una vez mas que la publicidad es fundamental en el proceso productivo y comercial de las artesanías .

La comercialización de cerámica vidriada deja mucho que desear , ya según datos obtenidos la venta de los productos se tiene que realizar localmente al no contar con los medios necesarios para hacerlos llegar hasta los consumidores potenciales, resultando en su mayoría solo una venta de tipo local .Por lo tanto consideramos que la publicidad adecuada puede resultar un factor que atraiga a los consumidores y con ello la comercialización se convierta en una adecuada base de mantenimiento y desarrollo para miles de familias artesanales.

3.- Dentro del aspecto referente a la comercialización de mercados extranjeros y a la preparación de los artesanos para hacerle frente a estos nuevos retos comerciales, la actitud es desgraciadamente negativa, ya que la hipótesis acerca de que existe una preparación adecuada de los artesanos para hacerle frente a los nuevos mercados es totalmente nula. Esto queda reforzado con el 69.95 % de los artesanos que opinaron que no sabían en absoluto nada sobre la puesta en marcha de nuevos convenios comerciales de trascendencia tanto nacional como internacional, esto trae como consecuencia un desconocimiento sobre los factores que le pueden afectar a los productores de cerámica vidriada y como consecuencia debilidad y falta de competitividad dentro de un mercado naciente, creciente y de suma importancia para las aspiraciones no solo del ramo artesanal sino nacional.

Esto queda ahñado a una falta de interés por parte de las autoridades con respecto a ciertas actividades productivas como lo son las artesanías en cerámica vidriada.

4.- El TLC al contemplar el sector artesanal podría traer un clima más propicio en este sector ya que así podrá hacer ingresar sus productos a los nuevos mercados que se avocinan, pero, esto no se dará de manera fácil ya que implicara un fuerte esfuerzo de todo el sector artesanal y la disposición de todos y

cada uno de ellos en la agrupación, organización y ejecución de planes cuantificables de manera objetiva .

De esta manera se puede afirmar que con una preparación adecuada y disposición de desarrollo hacia el éxito, se puede obtener un lugar dentro de los mercados extranjeros mas importantes del mundo y así poder desarrollar no solo el sector artesanal sino hasta la misma economía nacional .

Ahora bien se debe de contemplar los términos de la negociación al respecto y de ahí se desprenderan si son buenas o malas las perspectivas de la puesta en marcha del mismo TLC , así a final de cuentas resulta aventurado el poder afirmar o negar categóricamente esta hipótesis , solo el tiempo y los resultados nos darán la respuesta verdadera .

5.-Se confirmó la hipótesis nula ya que solo el 30.85% de los productores de cerámica vidriada se organizan para la comercialización de sus productos, la razón parece ser más de tipo social que económico porque apesar de saber que a través de la organización pueden obtener mayores beneficios, tanto de producción como de comercialización, no existe una disposición por parte de los mismos productores y autoridades estatales para llevar a cabo la formación de asociaciones u organizaciones,

opinando que no existe gente capaz de organizar de una manera eficiente y honrada, acareando desconfianza para efectuarse dichos cambios.

6.-Con las opiniones de los productores de cerámica se sabe que la demanda de sus productos a venido disminuyendo, confirmándose la hipótesis nula de que la demanda es menor a su producción, las causas son: No tienen un programa de promoción el cual atraiga mayor clientela; no cuentan con apoyos públicos ni privados que le permitan obtener los recursos necesarios para explotar su actividad productiva y de comercialización de sus productos; existe demasiada competencia en la región.

Por tal motivo el 53.18% de los productores a decidido producir bajo pedido para asegurar la venta de su mercancía.

7.-Se confirma la hipótesis nula: la poca utilidad que los alfareros obtienen de sus productos no les permiten cubrir sus necesidades primarias. El 71.29% de los productores no perciben un sueldo monetario, solo en especie (comida, vivienda, vestido etc); los pocos que perciben un sueldo oscila entre 1 y 2 salarios mínimos; obligando a un 90% de los productores a emplear a su propia familia.

Esto solo en cifras pero si nos remitimos a las observaciones y vivencias de la investigación pudimos percatarnos que las viviendas son construidas de adobe, la alimentación consta

Únicamente de dos comidas al día compuestas de frijoles, chile y tortillas; la educación infantil únicamente es hasta primaria y solo en algunos casos de secundaria, el porque del analfabetismo es la necesidad de incorporarse dentro del factor productivo, para poder sobrevivir la familia; las diversiones con las que contaban eran únicamente las fiestas locales y solo en algunos casos se contaba con radio o t.v.

C. CONCLUSIONES OBSERVABLES.

Las conclusiones observables vividas en Capula fueron de suma importancia, ya que estas nos llevaron a concretar los resultados a que los porcentajes nos llevaron, las condiciones precarias en las que viven los artesanos productores de cerámica vidriada en el estado de Michoacán y muy en especial los habitantes de las entidades que visitamos durante la investigación de campo (Santa Fe, Tzintzuntzan y Capula), son el producto de una serie de factores económicos, sociales, políticos, culturales y naturales que obstaculizan el desarrollo y crecimiento económico de la región.

Los productores de cerámica vidriada, no obtienen una retribución acorde a su esfuerzo creativo, ya que son objeto del abuso y explotación de los intermediarios que aprovechándose de su necesidad, pagan precios hasta cierto punto obsoletos por los

productos que adquieren, esto debilita cada vez más el poder adquisitivo de los artesanos, que no ven el negocio de la producción de cerámica vidriada como una forma de lograr una mayor estabilidad económica, ya que solo esperan de ella una ayuda más para poder sustentar los requisitos de subsistencia básicos en el seno del núcleo familiar.

En estas entidades las condiciones naturales no son muy adecuadas para la agricultura y la cría de ganado actividades a las que la mayor parte de los habitantes les otorgan prioridad como base del sustento familiar. La falta de terrenos de riego y el clima en su mayor proporción frío no dan pauta para que el cultivo de productos agrícolas pueda ser diversificado, así como la insuficiente producción de forrajes alimenticios para el desarrollo de la ganadería a gran escala. Por las razones anteriores los habitantes de la región encuentran en la producción de cerámica vidriada una forma más de ayudar al sustento necesario para sobrevivir.

Los artesanos de estas entidades, se encuentran en un gran desconocimiento de las situaciones cambiantes en el mundo como es por ejemplo la firma futura de un tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá y la forma en que dicho paso de liberación de barreras arancelarias pueda afectarlos en su actividad productiva. Esta falta de entendimiento de el entorno mundial es producto de un bajo nivel educativo, ya que en la

mayoría de los casos los artesanos escasamente alcanzan la educación primaria situación por la cuál el interés de los productores de cerámica vidriada por comprender la problemática que representan las decisiones políticas en el país pasa desapercibido.

D. RECOMENDACIONES.

Es posible que no puedan resolverse todos los problemas a los que se enfrentan los artesanos de Capula, sin embargo hemos tratado de proporcionar ciertas ideas que contribuyan a elevar su producción y su nivel de vida.

En primer lugar, si se desea mejorar la comercialización de los artículos de cerámica vidriada es esencial que las Instituciones Financieras se preocupen por la situación de los artesanos; otorgando mayores créditos y apoyos financieros para que éstos puedan mejorar la calidad de la producción, ubicándose en un lugar importante dentro del mercado en lo que a comercialización respecta, ya que para lograr este objetivo se requieren cantidades considerables de dinero, lo cual resulta un obstáculo para quienes no tienen lo suficiente y se ven en problemas al elaborar y distribuir sus productos. •

Otro de los aspectos básicos para lograr una mejor,

comercialización de los productos de cerámica vidriada es la publicidad que se emplea para dar a conocer los artículos. Es necesario que los artesanos empleen medios de publicidad más efectivos. Los carteles y tarjetas que se emplean para lograr un impacto en el mercado son elementos insuficientes; si se desea mejorar el nivel de ventas, se deben emplear aspectos que capten la atención de los clientes. Los artesanos debido a su falta de recursos, no puede emplear el radio o TV pero si ellos se unen y piden un financiamiento para solventar los gastos que implicaría dicha contratación, su petición podría ser escuchada por las Instituciones y municipio correspondiente.

Con respecto a la preparación que tienen los artesanos para enfrentar a los mercados del extranjero podemos decir que esta no existe, por lo cual es necesario crear talleres-escuela en los cuales se les enseñe a los artesanos a producir mejor y a despertarlas el interés por conocer que herramientas le permiten realizar su trabajo con rapidez y precisión.

Es esencial que los artesanos estén conscientes de la importancia que reviste el que determinados artículos exportados a países acostumbrados a adquirir artículos de óptima calidad; den una buena imagen del trabajo artístico y creativo que hay en ellos; lo cual tendrá como consecuencia una elevación en los pedidos del extranjero y por consiguiente los artesanos se verán comprometidos a realizar cada día mejor sus artículos.

Consideramos que para lograr el objetivo anterior debe haber también una contribución por parte de las Instituciones de Fomento artesanal; mismas que tendrán la tarea de fomentar mediante pláticas breves la idea e interés en los artesanos por abarcar un mayor número de mercados tanto nacionales como internacionales, eliminando así las ideas erróneas con respecto al fracaso que se pudiera tener al salir de la localidad en la que ellos realizan sus actividades de producción y comercialización.

Ante los cambios que se suscitan, con la confirmación del Tratado de Libre Comercio, nos percatarnos de la falta de información de los artesanos, son muy pocas las personas que en realidad tienen idea de los aspectos que engloba dicho acuerdo, consideramos que todos los artesanos al igual que toda la población tienen derecho a estar informados y a conocer de que forma pueden verse afectados así como la forma en que pueden afrontar los cambios. Aunque quizá sea un poco difícil que ellos puedan entrar con sus mercancía a los mercados extranjeros, no creemos que esto sea imposible, ya que tienen elementos que pueden ayudarlos a incrementar tanto sus producción como sus ventas. Los elementos a los que nos referimos son los que aportan las Instituciones Financieras, las cuales deben crear programas para dar a conocer a los artesanos en qué consiste y cómo funciona el Tratado.

En la medida en que los artesanos se organicen e identifiquen sus intereses comunes, les será posible obtener más fácilmente financiamientos que les permitan ampliar sus mercados de venta, dar una mejor publicidad a sus artículos, adquirir a precios más accesibles la materia prima, así como librarse de la explotación e injusticia de que son objeto por parte de los acaparadores. Las uniones de artesanos que pudieran surgir les permitirá adquirir transporte para llevar sus mercancía a otras localidades y darles una comercialización más adecuada.

Los artesanos requieren de una planeación en su producción. Los niveles actuales de la misma son desproporcionados en relación a la demanda; también es importante que ellos analicen (en grupo) las necesidades reales del mercado, es decir en que épocas del año deberán producir más y en cuales sería conveniente dedicarse a otras actividades que fueran redituables. También en este aspecto juegan un papel importante las Instituciones de Fomento, mismas que deben asesorar a las personas con respecto a como evaluar sus niveles de producción, manteniéndolos en equilibrio considerando la demanda.

Finalmente, analizando el margen de utilidad que obtienen los artesanos por la venta de sus productos, consideramos que los clientes no aprecian en su totalidad el trabajo artesanal por lo que no están dispuestos a pagar un precio justo por los artículos. Si a esto le agregamos las injusticias que se cometen

por parte de los acaparadores, nos damos cuenta de la situación precaria en que se encuentran los artesanos.

Resulta por demás decir que las Instituciones de apoyo a los artesanos deben cuidar aspectos como éste, ya que muchas veces no se apoya o se asesora como debiera a los artesanos. A través del empleo de los medios masivos como la Televisión o el radio, e inclusive la prensa, se puede lograr que los clientes aprecien realmente a las artesanías (cerámica vidriada) ya no por su precio, sino por su valor artístico y riqueza cultural. Logrando lo anterior se obtendrá una mejora en los niveles de vida de los artesanos de Capula, Mich., así como también una preferencia hacia los productos tradicionalmente mexicanos que son muestra de la creación artística del pueblo mexicano.

Por lo tanto el gobierno del Estado de Michoacán debería fomentar el aprecio a las artesanías y tratar de dar más publicidad a los poblados en donde se produce la cerámica vidriada; además de supervisar aquellos programas que ofrecen las instituciones de crédito, como son: FOMICH, FONART y CASA DE LAS ARTESANIAS DE MICHOACAN.

Es conveniente señalar que existe una falta de información con respecto a los financiamientos, los artesanos no tienen conocimiento de la existencia de los apoyos financiero.

Las pocas personas que han intentado obtener algún crédito no recibieron una respuesta adecuada por el contrario al solicitar un crédito tuvieron como respuesta malos tratos, pésimo servicio, etc.

Sería de gran utilidad que las instituciones colocaran sucursales en lugares más accesibles, distribuyeran folletos u organizaran pláticas que tuvieran como finalidad proporcionar la mayor información de los fomentos y apoyos.

Deben evitarse rivalidades entre las instituciones, ellas quieren atribuirse el derecho de otorgar créditos; pero finalmente la disparidad es tanta que ahora ninguna de las instituciones se preocupa por el tema.

Sería conveniente que se realizaran ajustes y actualizaciones en los créditos que se otorgan por parte de las diversas instituciones que operan en Michoacán,

para que en base a ello se den créditos que realmente cubran las necesidades de los artesanos, ya que se han dado situaciones en las que sólo han llegado a prestar \$500,000 o un máximo de \$1,000,000, y esta cantidad es irrisoria, con respecto a las situaciones que imperan en el estado de Michoacán y específicamente en el pueblo de Capula, donde los precios de transporte y materia prima son muy elevados y por lo tanto son muy difícil que esa cantidad alcance para comprar lo necesario.

En ese renglón es necesario aclarar que la mayoría de la gente ha dado una opinión desfavorable de los financiamientos que se

otorgan para la comercialización de la cerámica vidriada, pero esta es básicamente como consecuencia de la poca difusión que se le ha venido dando tanto a las instituciones que otorgan crédito como a los tipos de financiamiento que pueden obtener los artesanos.

Se pudo comprobar que a varios de los productores se les pedían sus escrituras, provocando una mortificación, lo que ocasiona que muchas personas no intenten siquiera informarse.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Bierman, M. Planeación Estrategica, 3a, ed. C.E.C.S.A., México, 1985, 220 pp.
- 2.- Campos, Rubén M. Los orígenes del arte popular mexicano, en: Anales del Museo de Arqueología, 5a. época, t.I.
- 3.- De Leon, Imelda. Artesanías Tradicionales de México, FONART, México, 1984, 87 pp.
- 4.- Díaz de Cossío, Alberto y Francisco Javier Alvarez. La cerámica colonial y contemporánea, 2a. ed, FONART, 1986, 55 pp.
- 5.- E. Greber. (versión del Francés: Mercadal, Juan). Tratado de Cerámica, 2a. ed., Gustavo Gili, Barcelona, 1965, 644 pp.
- 6.- "El arte indígena y el arte indigenista", en América Indígena, vol. II, núm 4, México, p. 3.
- 7.- Gamio, Manuel, Posibilidades del arte indígena en México, en: Boletín indigenista. vol III, núm 3, México, p.143

- 8.- Hughes, G. David. Mercadotecnia, Planeación Estratégica, Ed. Addison-Wesley, Iberoamericana, 2a ed., México, 569 pp.
- 7.- Lisse, Pierre, Las artesanías y pequeñas industrias en el estado de Michoacán, CREFAL, Pátzcuaro, México.
- 10.- Martínez Peñaloza, Porfirio, Arte popular y artesanías artísticas en México, Edición del Boletín Bibliográfico de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México.
- 11.- México desconocido. (Tonalá, munic. Jalisco), Publicación mensual (México, USA.), enero de 1984, núm. 86, 47 pp.
- 12.- México desconocido. (Amatenango del Valle), Publicación mensual (México, USA.), febrero de 1989, núm. 144, 47 pp.
- 13.- NAFIN, folletería (Programas de apoyo a las artesanías).
- 14.- Nosotros los Petroleros. Publicación mensual, (México), marzo de 1992, núm. 120, 48 pp.
- 15.- Novo, Salvador, Nuestras Artes Populares , en: Nuestro México, t. I, núm. 5, México, pp. 54, 56 y 74.

16.- Reynoso, Louisa. La cerámica indígena en México,
2a. ed., FONART, México, 1986, 42 pp.

17.- SECOFI, información y folletería (ABC del TLC).

INDICE.

	PAG
I. INTRODUCCION.	1
A. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
B. VARIABLES	10
* DEPENDIENTES	10
* INDEPENDIENTES	10
II. OBJETIVOS	11
III. HIPOTESIS	13
IV. IDENTIFICACION DEL UNIVERSO	15
A) DETERMINACION DE LA MUESTRA.	18
BY DISEÑO DEL CUESTIONARIO.	20
V. MARCO TEORICO.	
1. PLANEACION.	
1.1 CONCEPTO	22
2. ESTRATEGIA	
2.1 CONCEPTO	23
2.2 PREMISAS DE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS	24
2.3 LA ESTRATEGIA Y SU DESARROLLO	25
2.4 REQUERIMIENTOS DE ESTRATEGIAS PARA	

	DIFERENTES EMPRESAS	26
3.	PLANEACION ESTRATEGICA	
3.1	CONCEPTO	27
3.2	PROCESO	28
3.3	MODELO CONCEPTUAL	30
3.4	CUANDO Y DONDE SE DA LA PLANEACION ESTRATEGICA.	36
3.5	LIMITACIONES DE LA PLANEACION ESTRATEGICA	37
4.	COMERCIALIZACION.	
4.1	DEFINICION	39
5.	TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC)	
5.1	ANTECEDENTES	39
5.1.1	EL ABC DEL TLC.	39
5.1.2	BARRERAS ARANCELARIAS	42
5.1.3	PORQUE DEL TLC CON CANADA	43
5.1.4	EL TLC Y LA VIDA DE LOS MEXICANOS	44
5.1.5	OBJETIVOS Y OTRAS DISPOSICIONES	46
5.2.	REGLAS	
5.2.1	REGLAS DE ORIGEN	47
5.2.2	ADMINISTRACION ADUANERA	50

5.3.	COMERCIO DE BIENES	
5.3.1	TRATO NACIONAL	51
5.3.2	ACCESO A MERCADOS	52
5.3.3	CRECIMIENTO ECONOMICO	56
5.4.	RESULTADOS DE LAS NEGOCIACIONES DEL TLC.	58
6.	PROGRAMA DE APOYO CREDITICO A MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.	
6.1	REGLAS DE OPERACION	62
6.2	SISTEMAS DE TARJETA EMPRESARIAL	74
7.	SECTOR ARTESANAL (ARTESANIAS MEXICANAS)	
7.1	ARTESANIAS MEXICANAS	80
7.1.1	LA CERAMICA EN LA HISTORIA	85
7.1.2	PRINCIPALES SITIOS DE CREACION ARTESANAL	105
7.1.3	EL VIDRIADO EN LA CERAMICA	110
7.2	CERAMICA POPULAR EN MEXICO	
7.2.1	CONCEPTO	122
7.2.2	ANTECEDENTES	123
7.2.3	TECNICAS UTILIZADAS	126
7.2.4	PROCESO DE PRODUCCION	130
7.2.5	CERAMICA DE CAPULA	135
7.3	INSTITUCIONES DE APOYO PARA LAS MEXICANAS	137

8.	LAS ARTESANIAS DENTRO DEL CONTEXTO MUNDIAL	152
8.1	PERMANENCIA, CAMBIO, EXTINCION DE LA ARTESANIA EN MEXICO	159
VI.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.	
A.	INTERPRETACION DE RESULTADOS	176
B.	CONCLUSIONES DE LAS PREGUNTAS.	204
VII.	CONCLUSIONES	
A.	CONCLUSION GENERAL	240
B.	CONCLUSIONES ESPECIFICAS	243
C.	CONCLUSIONES OBSERVABLES	245
D.	RECOMENDACIONES	250

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ANEXOS

EXPORTACIONES

Uno de los aspectos importantes para la exportación son los requisitos que son necesario cumplir; si se desea vender al extranjero artesanías, se pide que se tramite todo, se deben especificar las características de los productos, la cantidad de artículos, el nombre de la persona que desea exportar, el país adonde se exportará, la población, razón social, además debe incluirse información adicional es decir, la cotización, la forma de pago (contado, a crédito, etc.), forma de documentación (facturas, listas, certificados, etc.), forma de empaque (cajas de cartón, de plástico, rejas de madera, etc.), nombre de la corporación a la que se le entregaran las mercancías, maniobras (por cuenta del cliente), lugar de entrega, seguro, así como también las instrucciones específicas, por ejemplo, se especifica si se tiene que facturar y hacer una lista por cada empaque, la procedencia de los artículos, incluir en el documento o forma (pedido) las firmas del o los vendedores, del responsable de área comercial, así como la firma del cliente.

CLAUSULAS DE VENTA

La Institución que proporciona apoyo para exportar es FONART, es importante que el productor o intermediario llene los datos correctos del documento o forma para exportar.

Las clausulas de venta vienen especificadas en los documentos (formas) que se emplean para la exportación, son en total nueve clausulas las que se tienen que cumplir y son las siguientes:

* Primera.-El precio de la mercancía consignada en este documento, no incluye el empaque y toma como base el valor de la misma en nuestro almacén de Avenida Patriotismo No. 691, México, D.F. A elección del cliente se podrá cotizar en puerto de embarque o lugar de destino: libre a bordo, costo y flete; costo seguro y flete.

* Segunda.- La obligación de pago de este documento se fijará en dolares de los Estados Unidos de América para el comercio exterior y en pesos mexicanos para el mayoreo nacional, bajo mutuo acuerdo de las partes, para ser cumplido en el Distrito Federal.

* Tercera.- Para la entrega de mercancía ordenada, se requiere el pago por anticipado de la misma, de acuerdo a las siguientes modalidades:

- a) Contado
- b) Pago en cheque (una vez que éste se haya hecho efectivo).
- c) Pago con cheques de viajero, con el porcentaje de descuentos que nos indique el banco.
- d) Pago con tarjeta de crédito con el porcentaje de descuento que nos indique la misma.
- e) Por amparado contra la carta de crédito a la vista irrevocable y confirmada con nuestro nombre: FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANIAS, NAFINSA, AV. PATRIOTISMO, No. 691, MEXICO 19, D.F.
- F) Pago a través de giro bancario u orden de pago a nuestro favor.
- g) Pago contra documentos (dos modalidades)
 - Anticipo del 50% por el valor total del pedido y la diferencia contra la presentación de nuestros documentos a través de un Banco y una vez aprobado su crédito por Compañía de Seguros de Crédito a la Exportación (COMESec).

- Pago total del pedido a la presentación de nuestros documentos a través de un banco una vez aceptado su crédito por COMESEC.

* Cuarta.- Para órdenes de artículos específicos que no se tengan en existencia en nuestro Almacén General, se aceptarán "pedido especiales" sujetos a variaciones, tanto de plazos de entrega como en cantidades y precios, según las características de la mercancía ordenada. Para pedidos especiales que no estén apoyados por una carta de crédito, el comprador se compromete a cubrir el 50% del valor por adelantado y el saldo cubierto según cláusula tercera.

* Quinta.- En ningún caso se aceptarán cambios o devoluciones de la mercancía total o parcial. En caso de cancelación del pedido, el anticipo recibido se aplicará como indemnización de los daños de FONART. Si no existiera dicho anticipo, el comprador se compromete a indemnizar a FONART por daños y perjuicios ocasionados, por una cantidad equivalente al 50% del valor de la compra y / o devolución.

* Sexta.- Todo pedido ya empacado, y que no sea retirado de las bodegas FONART en un plazo de diez días, contados a partir de la fecha de aviso causará una renta equivalente al 5% mensual del valor de la mercancía empacada, siempre y cuando el retraso sea ocasionado por culpa del comprador.

* Septima.- A solicitud por escrito del cliente FONART podrá empacar la mercancía asegurarla y embarcarla a través de la empresa que indique el mismo, quien acepta que todos los gastos que se originen por estos conceptos corran por su cuenta y sin ninguna responsabilidad para FONART.

*Octava.- Una vez perfeccionado este contrato de compraventa mediante la firma del mismo el comprador da por recibida la mercancía real, jurídica o virtualmente, por lo que las pérdidas, daños o reconocidos que sobrevinieren a los artículos vendidos son por cuenta del comprador a cargo del seguro contratado por el mismo supuesto que desde el momento en que éste acepte la propia mercancía, esta queda a su disposición, quedando FONART tan sólo con los derechos y obligaciones de un simple depositario.

* Novena.- Para todo lo previsto en estas condiciones su interpretación y cualquier conflicto que con motivo de éstas se susciten, las partes se cometerán a las Leyes y Tribunales de la ciudad de México, D.F. renunciando a cualquier fuero que pudiera derivarse de su domicilio o nacionalidad.

Como se puede apreciar a través de estas cláusulas, la comercialización de los productos artesanales la realiza un intermediario, mismo que se encarga de adquirir y vender los productos. También se encarga de dar difusión a los artículos artesanales.