



UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN GEOGRAFÍA HUMANA

**REDES DE COOPERACIÓN Y APRENDIZAJE CONFORMADAS EN
EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN DEL MOLE EN SAN PEDRO
ATOCPAN**

TESINA

Para obtener el grado de Licenciada en Geografía Humana

Presenta:

Alma Edid Cruz Villanueva

Asesora:

Dra. Rocío Rosales Ortega

Lector:

Dr. Cristóbal Mendoza Pérez

Ciudad de México, 20 de julio de 2016

Dedico este trabajo:

*A mis padres Maria Felix Villanueva y José Gil Cruz
Gracias por apoyarme, amarme
y ser un gran ejemplo de lucha y dedicación.*

*A mis hermanas Yohoana Cruz y Jael Cruz
Gracias por ser mis mejores amigas, cómplices
y no dejarme sola en este viaje*

Los amo.

Agradecimientos

Quiero agradecer de manera especial a la Dra. Rocio Rosales por el gran apoyo y confianza que me brindo durante el desarrollo de este trabajo. Debo destacar que su disponibilidad y paciencia para guiar mis ideas han sido un aporte invaluable en mi formación. Asimismo quiero agradecer al Dr. Cristóbal Mendoza por hacer la revisión y las observaciones a este documento.

A mis padres les agradezco todo lo que me han enseñado. Su ejemplo de honestidad, valentía y lucha ha generado en mí una gran admiración a ustedes, gracias por tanto amor, sacrificios y el tiempo que dedican en mi.

Agradezco a mis amigos Omar, Vane, Jess, Elo, Beto, Dany y Eric de quienes siempre he recibido palabras de aliento y he compartido mis mejores experiencias en la Universidad. A mi querido primo Isidro Cruz y su esposa Sucy por ayudarme a concretar mis ideas y recibirme cordialmente en su casa. Al arquitecto Urbano, quien ha sido un buen patrón, amigo y consejero todos estos años.

Finalmente quiero agradecer a los productores de mole, comerciantes y molenderos de San Pedro Atocpan que cordialmente compartieron conmigo sus experiencias laborales.

A Todos ellos, muchas gracias.

Índice	
Introducción	7
Capítulo 1. El Fordismo y la subsistencia de la pequeña industria en México	19
1.1 Transformaciones en la producción artesanal y el fordismo en países industrializados	21
1.2 La crisis de la producción en serie y el surgimiento de la especialización flexible	22
1.3 La industrialización en México, el fordismo no alcanzado.....	25
1.3.1 <i>La heterogeneidad estructural como elemento explicativo de la producción industrial en México</i>	27
1.4 El territorio y la organización socio-económica.....	29
1.4.1 <i>Las estrategias de supervivencia en los territorios</i>	30
1.4.2 <i>El capital social y las redes sociales para la construcción del desarrollo local</i>	33
Capítulo 2. La historia productiva del mole en San Pedro Atocpan: La transmisión de conocimiento generacional	39
2.1 Milpa Alta, una comunidad rural en la Ciudad de México.....	39
2.2 El origen de Milpa Alta y su desarrollo socio-económico actual.....	40
2.3 San Pedro Atocpan, un pueblo molero.....	44
2.4 La Cooperativa y la feria del mole: el inicio de una producción local.....	47
2.5. La elaboración del mole, un proceso productivo artesanal.....	51
Capítulo 3. Organización productiva del mole: un análisis de redes socio-económicas	54
3.1 Origen y organización de las unidades productivas de mole en San Pedro Atocpan.....	54
3.1.1 <i>Principales actores en la producción del mole</i>	58

3.1.2 Características de las empresas.....	65
3.1.3 Tipos de organizaciones y vinculación al mercado.....	67
3.1.4 Proceso productivo.....	71
3.2 Redes socio-económicas en la producción y comercialización del mole.....	75
3.2.1 La cadena productiva del mole.....	75
3.2.2 Redes con relaciones horizontales y lazos fuertes: transmisión de conocimientos y aprendizaje colectivo.....	76
3.2.3 Redes con relaciones verticales y lazos débiles: adquisición de materias primas, subcontratación, difusión y comercialización.....	79
3.2.4 Diversificación de productos derivados del mole, innovación e inclusión del mole a otros mercados.....	84
3.2.5 Problemáticas en la producción y comercialización del mole.....	87
Conclusiones.....	93
Bibliografía.....	100
Anexos.....	111
Índice de Mapas	
Mapa 1. Localización del área de estudio.....	8
Mapa 2. Pueblos de Milpa Alta.....	40
Mapa 3. Establecimientos de mole y venta de chiles en San Pedro Atocpan.....	50
Mapa 4. Estados productores de Chiles secos para la elaboración del mole.....	59
Índice de Esquemas	
Esquema 1. Categorías de análisis.....	13

Esquema 2. El territorio y las estrategias de supervivencia.....	32
Esquema 3. Proceso Productivo del Mole.....	53
Esquema 4. Organización productiva del mole en San Pedro Atocpan.....	64
Esquema 5. Tipo de mercado al que se vinculan los productores de mole.....	71
Esquema 6. Diagrama de flujo del proceso de producción del mole.....	72
Esquema 7 Cadena productiva del mole.....	76
Esquema 8. Comportamiento de la red de transmisión de conocimientos y aprendizaje.....	79
Esquema 9. Redes verticales con lazos débiles de la producción del mole.....	83

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Características de los entrevistados.....	16
Cuadro 2. Inversión en Investigación y desarrollo tecnológico en el sector manufacturero en México.....	28
Cuadro 3. Principales elementos de las Redes Sociales.....	36
Cuadro 4. Productos asociados, complementarios e innovados.....	85

Índice de Fotografías

Fotografías 1 y 2. San Pedro Atocpan comunidad rural en la década de 1920-1930.....	57
Fotografía 3. San Pedro Atocpan, Barrio Mágico de la Ciudad de México, 2016.....	57
Fotografías 4 y 5. Cocina donde se preparan todos los ingredientes para la elaboración del mole.....	74
Fotografías 6 y 7. Molienda.....	74
Fotografía 8. Exposición de variedad de productos.....	85

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Slogans de las marcas de moles en San Pedro Atocpan.....87

Índice de Gráficos

Grafico. 1 Distribución de los Ejidos de Milpa Alta.....42

Grafico 2. Porcentaje de Mipymes dedicadas a la producción del mole en San Pedro Atocpan.....65

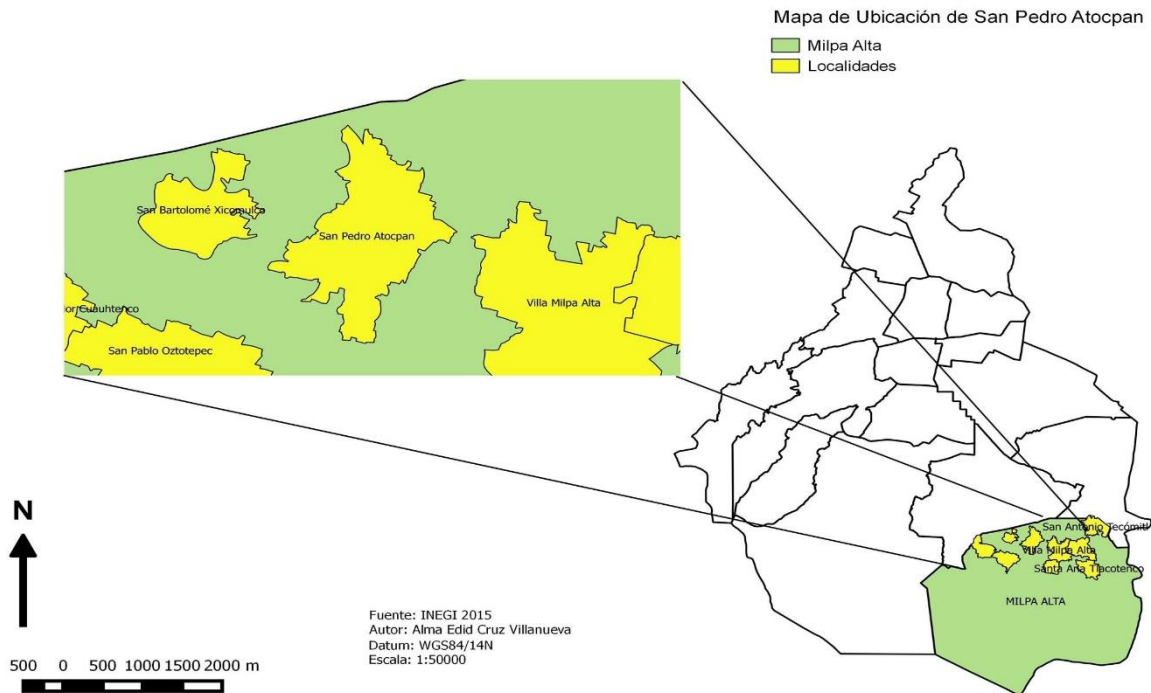
Introducción

En México a mediados del siglo XX surgieron grandes cambios en la estructura social, económica y política del país. La Ciudad de México modificó considerablemente sus actividades económicas (principalmente la agricultura) y las formas de vida de sus habitantes. Las transformaciones productivas conllevaron a la búsqueda de nuevas estrategias económicas adecuadas a las prácticas sociales y económicas que demandaba la ciudad, de tal forma que surgió una heterogeneidad de labores y oficios.

San Pedro Atocpan es una localidad periurbana¹ con 8 283 habitantes (INEGI, 2010), localizada al sur de la Ciudad de México en la delegación Milpa Alta (ver mapa 1). Esta localidad enfrentó los cambios económicos con estrategias de producción específicas, las cuales han beneficiado económicamente a gran parte de las familias que la habitan. Los cambios productivos surgieron hace más de sesenta años, en 1945, cuando San Pedro Atocpan era una comunidad rural con escasos recursos. Gran parte de sus habitantes en ese año comenzaron a sustituir el cultivo de maíz y la elaboración del pulque por la producción del mole porque las ganancias de la producción agrícola eran muy bajas y apenas sobrevivían. Los conocimientos culinarios de la cocina mestiza, que poseían las mujeres de la localidad, fueron el principal motor para que en las décadas de 1950 y 1960 despuntara la producción del mole como una actividad económica característica de su territorio. Actualmente más del 85% (aproximadamente 3 072 personas) de la Población Económicamente Activa se dedica a la producción, comercialización y actividades relacionadas al mole (INEGI, 2010 y Delegación Milpa Alta, 2016).

¹ Los espacios periurbanos son aquellos en los que se encuentra una combinación de actividades características del espacio urbano y las actividades rurales (Sánchez, 2009).

Mapa1. Localización del área de estudio



Fuente: elaboración propia con base en INEGI, 2015

La mayoría de los territorios, sobre los cuales se articulan los procesos de desarrollo económico local, se caracterizan por tener una determinada estructura productiva, un mercado de trabajo, una capacidad empresarial y tecnológica, una dotación de recursos naturales e infraestructura y un sistema social, cultural y político (Vásquez, 2000). De acuerdo con este razonamiento, el interés por analizar esta localidad radica en que la producción y comercialización de mole en San Pedro Atocpan generó la reactivación económica de la localidad, después del descenso de la producción agrícola en la zona. Según los datos del INEGI (DENUE, 2010) actualmente existen en San Pedro Atocpan 54 establecimientos de venta y preparación del mole, 29 establecimientos de venta de semillas, granos, chiles y especias, y 13 molinos, formando un total de 96 establecimientos que están relacionados con la producción del mole.

Es importante mencionar que las pequeñas empresas representan el 94% del total de las empresas y más del 70% de las fuentes de empleo del país, por lo que son fundamentales para la supervivencia de las economías locales (INEGI, 2014). Por lo tanto, la organización productiva del mole en San Pedro Atocpan es digna de estudio para la Geografía Económica, dado que dicha producción contribuye a la construcción del desarrollo económico del lugar y representa una estrategia de supervivencia de la población. Esta experiencia es una clara expresión de lo que Bebbigton (citado por Echánove y Steffen, 2005: 32) menciona: “los lugares son producto de las estrategias de supervivencia de la gente, al mismo tiempo que elementos estructurales de dicha supervivencia.”

En este sentido, el objetivo general de nuestra investigación es **analizar la organización económico- territorial de la producción del Mole en San Pedro Actopan.**

Los objetivos específicos son:

1. Describir y explicar el origen y proceso productivo de mole en San Pedro Actopan
2. Identificar los actores sociales involucrados en la organización productiva del mole
3. Identificar y analizar las redes socio-económicas que se conforman en la organización productiva del mole.
4. Identificar y estudiar los procesos de innovación en el producto y/o en el proceso productivo del mole

Las preguntas que guían nuestra investigación son:

¿Cómo y de qué forma surgió y se organizó la producción de mole en San Pedro Actopan?

¿Qué estrategias productivas han generado los productores de mole en San Pedro Actopan, para que su producto permanezca en el mercado nacional?

¿Qué tipo de redes se han conformado en San Pedro Atocpan, en torno a la producción del mole?

¿Cuáles son los canales de comercialización del mole?

¿Cuáles son los problemas más comunes en la localidad en torno a la producción y comercialización del mole?

Cabe señalar que aunque se identificaron los conflictos en torno a la producción y comercialización del mole, esta investigación no profundiza en ellos, ya que durante el desarrollo de las entrevistas los informantes se negaron a proporcionar información que detallara los motivos de los conflictos. Por ejemplo, los conflictos que propiciaron la desintegración de la cooperativa que existía en la localidad. Posiblemente esta actitud, se relaciona con el hecho de que algunos productores son familiares o fueron empleados y prefieren reservar comentarios que llegaran a dañar más sus relaciones.

Categorías de análisis

Años atrás, algunos estudios no consideraban que el territorio tuviera influencia en los procesos económicos, ya que lo concebían como un espacio contenedor, es decir el lugar sobre el que sólo ocurren los fenómenos (Santos, 1990 citado por Rosales, 2006). Sin embargo, a finales del siglo XX y principios del siglo XXI la geografía económica incorporó nuevos criterios de análisis que explican el funcionamiento de los procesos económicos en vinculación con las relaciones socio-espaciales.

La presente investigación se elaboró con base en los nuevos debates de la geografía económica, subdisciplina que discute la interrelación entre el espacio geográfico, la economía y la sociedad, interesada en distinguir la especificidad de los lugares y la realidad social en que se construyen los territorios. En este sentido, el territorio es un espacio socialmente construido y presta atención a las relaciones sociales que se originan en un entorno productivo. Las actividades económicas se analizan partiendo de aspectos sociales, históricos y culturales específicos de los territorios. Esta perspectiva ha permitido explicar la realidad económica de forma

distinta a los criterios de la teoría economía neoclásica², la cual había predominado en la geografía económica y regional (Rosales, 2010). Esta nueva visión revaloriza la incidencia de lo geográfico sobre lo económico y expone los factores particulares de las organizaciones productivas en las localidades (Méndez, 1997 citado por Rosales, 2006). En este sentido, las categorías de análisis establecidas en esta investigación, reconocen a los actores sociales como ejes fundamentales en la construcción de su entorno económico y espacial.

Las categorías de análisis son las siguientes:

El territorio, es considerado como un espacio socialmente construido, apropiado y valorizado, en el cual se proyectan concepciones del mundo e inscriben en él, excepciones culturales (Giménez, 2000, Caravaca, González y Silva, 2005). El territorio implica heterogeneidad y diversidad de situaciones efectuadas por actores, socialmente organizados (Albuquerque, 2002). Asimismo, es el espacio donde interactúan constantemente las relaciones de poder y negociación. Estas características, hacen que cada territorio sea diferente a otro (Sforzi, 2005). Por lo tanto, el territorio no es sólo el espacio donde se intercambian bienes y servicios como lo planteaban los neoclásicos, sino también es el lugar donde los hombres y mujeres tejen relaciones sociales y establecen acuerdos, determinando formas específicas de organización económica y social. Por tal razón, podemos afirmar que el territorio es fundamental, ya que expresa la formación de un entorno social que puede o no favorecer el desempeño de las organizaciones productivas para fomentar el desarrollo económico local.

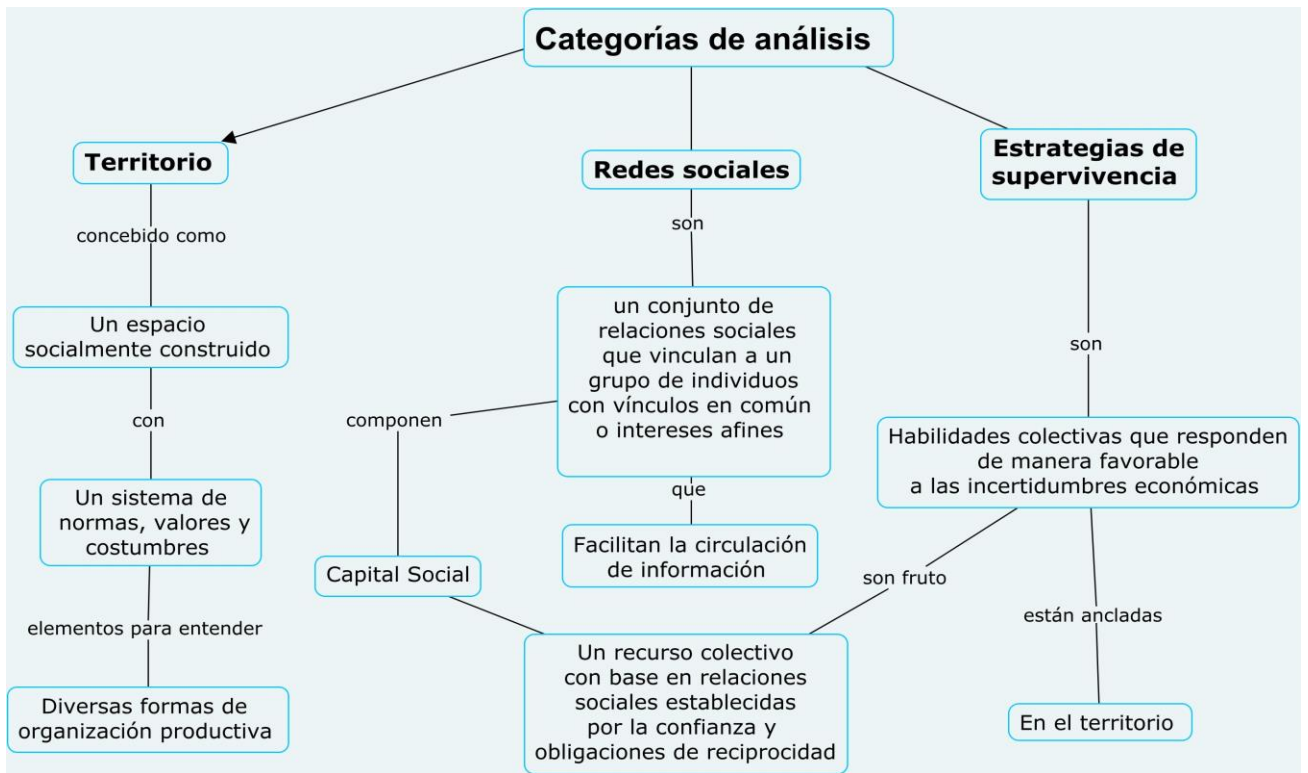
² La geografía economía se apoyaba en el enfoque neoclásico caracterizado por: “1) considerar al espacio en términos homogéneos, representado con modelos geométricos bidimensionales; 2) transplantar su concepto de equilibrio en los mercados económicos al territorio, con la búsqueda de localizaciones óptimas, resultado del equilibrio en la distancia de los factores de producción; 3) explicar la conducta de los individuos como maximizadores de las utilidades; y 4) suponer un acceso transparente a la información” (Rosales, 2006: 132).

Las Estrategias de supervivencia, son el conjunto de acciones económicas, sociales y culturales realizadas por grupos que no poseen medios de producción suficientes. El análisis por medio de esta categoría se interesa por acciones particulares de organización social para sobrevivir económicamente (Argüello, 1981, Bebbigton y Long citado por Echánove y Steffen, 2005).

Las redes sociales: son un conjunto de relaciones sociales que vinculan a un grupo de individuos con vínculos en común o intereses afines. Las relaciones sociales crean **redes** que pueden tener o no potencial para integrar individuos que incorporen información de utilidad para un fin, en este caso productivo. La permanencia a éstas dependerá de la cooperación y obligaciones de reciprocidad derivadas de la confianza entre los individuos (Herreros, 2002). Los principios centrales de las redes son: las acciones de los individuos, el tipo de lazos que se generan para transferir información y la estructura relacional entre los actores que conforman la red. El análisis de las redes permite introducir lo social, es decir el contexto socio-territorial en el que los actores socio-economicos se desenvuelven.

En síntesis el territorio, es el espacio donde se desarrolla un entorno socio-económico específico y diferenciado por el sistema de normas, principios y valores que lo rigen. Las redes de cada territorio, se construyen por medio de las estrategias de los actores sociales, mismos que generan un ambiente socio-económico positivo o negativo. El siguiente esquema explica, de manera más amplia la relación de estas categorías de análisis.

Esquema 1. Categorías de análisis



Fuente: Elaboración propia

Metodología

Para cumplir con los objetivos de esta investigación se realizó trabajo de campo durante los meses de Octubre de 2015 a Enero de 2016 en San Pedro Atocpan y en Villa de Milpa Alta. La metodología que empleamos fue cualitativa, ya que permite conocer las experiencias, las concepciones, los intereses y las problemáticas de las personas.

La herramienta metodológica que utilizamos fue la entrevista semi-estructurada. Se realizaron veintidós entrevistas a actores sociales involucrados en la producción del mole, a los que identificamos y clasificamos como: Productores de mole,

Comerciantes de granos, semillas, chiles y especias, Molenderos y Funcionarios públicos.

Para llevar a cabo las entrevistas, se elaboraron cuatro guiones (uno para cada grupo) y fueron estructurados en apartados, con el propósito de clasificar más fácilmente la información obtenida, tal como: la historia productiva del mole en San Pedro Atocpan, el origen y conformación de las microempresas, la organización productiva, los procesos de producción, productividad, comercialización y redes socio-económicas. Durante las entrevista, surgieron otras preguntas y reflexiones que contribuyeron a profundizar el tema de investigación.

La razón por la cual elegimos las entrevistas-semiestructuradas, se debió a que esta técnica no demarca repuestas pre- establecidas, los informantes responden libremente, cuentan su historia y dan su versión de los hechos. En este sentido, las entrevistas se realizaron, por decirlo así, con la voz de la experiencia.

Las entrevistas permitieron comprender y explicar: a) hechos históricos que dieron origen a la producción del mole, b) la organización familiar en las empresas, c) cómo es el proceso de producción del mole, d) cómo comercializan el mole e) cuáles y cómo son las redes socio- económicas en San Pedro Atocpan en torno a la producción del mole, asimismo f) cuales son los problemas entorno a la producción y comercialización del mole.

Muestra cualitativa

El muestreo que realizamos en esta investigación, no es probabilístico, sino un muestreo intencionado. Los sujetos de estudio no son unidades de observación sino informantes o participantes. En este caso los informantes contaron situaciones y hechos que fueron de interés para la investigación. La recolección de datos en esta modalidad se concentra en el contenido de la información que proporcionaron los informantes. Por tal motivo, realizamos entrevistas hasta el punto en que la información obtenida comienza a repetirse, lo cual se entiende como el punto de saturación.

Durante el trabajo de campo, se realizaron veintidós entrevistas; catorce con productores de mole, tres con comerciantes de chiles y especias, cuatro con molenderos y una con un funcionario público de la Delegación Milpa Alta.

Una de las ventajas de la entrevista, es que el entrevistado recomienda a otro informante dentro de su red de conocidos y se concreta otra entrevista. A ésta técnica se le llama muestreo de avalancha o “Bola de nieve”. En nuestra investigación se empleó, sin embargo, pocas entrevistas se concretaron por este medio, ya que la mayoría de los entrevistados se negaron a presentar a otro productor. Estas circunstancias, obligaron a buscar y emplear otras técnicas que se acoplaran más a las características socio-económicas del área de estudio.

En San Pedro Atocpan no teníamos ningún contacto pero si contábamos con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), del cual obtuvimos la ubicación, actividad económica y tamaño de los negocios activos en la localidad; por medio de estos datos, se elaboró una lista de negocios relacionados con la producción del mole (molinos de chiles, venta de chiles, semillas y especias, venta de moles y restaurantes), a los que procedimos a visitar.

A través de la observación en recorridos notamos que en los establecimientos de los molinos, llegaban productores de mole y esperaban la molienda de su maquila. Por lo tanto, decidimos abordar a los productores en ese tiempo de espera, esta técnica resulto provechosa, ya que mostraron mayor disponibilidad a ser entrevistados en ese momento, que en sus domicilios de trabajo.

Otra estrategia a la que acudimos para concretar entrevistas consistió en asistir a la Feria Nacional del mole. En ese evento conocimos a más informantes, pero entrevistarlos ahí fue muy difícil ya que estaban muy ocupados, pero por medio de las tarjetas de presentación que proporcionaron los productores, obtuvimos sus números telefónicos, correos electrónicos y páginas de redes sociales. Gracias a las redes sociales nos contactamos con más productores de mole; una de las entrevistas se realizó vía Facebook y las otras se concretaron por medio de llamadas telefónicas y mensajes por correo electrónico.

El siguiente cuadro muestra el total de entrevistas y las características de los entrevistados.

Cuadro 1. Características de los entrevistados³

Nombre	Edad	Empleo o cargo
Roberto Flores	56	Productor de mole, propietario y organizador de la Feria Nacional del mole
Ricardo Alvarado	42	Productor de mole y propietario
Luis Cruz	27	Productor de mole, propietario y administrador
Juan Méndez	45	Productor de mole y propietario
Ignacio Casio	33	Productor y Comercializador de mole
María Medina	54	Productora de mole y propietaria
Lidia Martínez	32	Productora de mole y propietaria
Ana Estindole	66	Productora de mole y propietaria
Estela	62	Propietaria de restaurante y cocinera de mole tradicional
Don Joaquín	70	Ex productor de mole
Magali Alvarado	33	Productora de mole, encargada de la difusión y venta del mole
Saúl, Rio flores	58	Productor de mole y jefe de la unidad departamental de Promoción Turística de la Delegación Milpa Alta
Alejandra Mondragón	29	Productora de mole, propietaria y encargada de la venta directa del mole
Julieta Pérez	40	Productora de mole y empleada, encargada de la venta directa del mole
Cipriano Domínguez	63	Molendero, propietario
Luis Camacho	58	Molendero, empleado
Jorge Méndez	46	Molendero, propietario
Jaime Sánchez	42	Molendero, propietario
Pascual	20	Comerciante de chiles, semillas y especias, propietario
Enriqueta Rodríguez	40	comerciante de chiles, semillas y especias, propietaria
Enrique López	38	Comerciante de chiles, semillas y especias, empleado
Luis Martinez	62	Cronista de San Pedro Atocpan

³ Los nombres de (as) de nuestros (as) informantes fueron cambiados con la finalidad de proteger su privacidad.

Estructura de la investigación

La investigación está organizada en tres capítulos. En el primero elaboramos una revisión teórica que permite explicar las dinámicas y diferencias socio-productivas entre los territorios. Los apartados de este capítulo analizan las transformaciones productivas en países industrializados y en México, las cuales permiten comprender que la organización industrial está en constante reestructuración y que es distinta según el territorio donde se desarrollen. De este modo, se define al territorio como un espacio socialmente construido con un entorno socio-cultural, con normas y un sistema de valores específicos, en el cual se tejen redes socio-económicas y se concretan relaciones de poder, negociación y acuerdos, elementos importantes para comprender y diferenciar tipos de organizaciones productivas. Asimismo el análisis de los conceptos redes sociales y estrategias de supervivencia centran su enfoque en las acciones colectivas que realizan los actores sociales para estimular el desarrollo económico local.

En el segundo capítulo presentamos el contexto histórico y económico de San Pedro Atocpan, prestando atención en los cambios y estrategias productivas que realizaron los habitantes, para que la elaboración del mole fuera la principal actividad económica de la localidad, actualmente.

En el tercer capítulo elaboramos una explicación del origen de la producción del mole en San Pedro Atocpan y las funciones de los actores sociales implicados. Por otro lado, mostramos las estrategias de producción y comercialización que están empleando algunos productores del mole para mejorar su producto y su distribución. Asimismo, explicamos los problemas que se desarrollan en torno a la producción y comercialización del mole.

Finalmente, desarrollamos el análisis de las redes socio-económicas horizontales (trasmisión de conocimientos y aprendizaje colectivo) y verticales (adquisición de materias primas e insumos, subcontratación, difusión y comercialización), ya que es una forma práctica de entender la organización productiva del mole. Con base en este análisis concluimos que el entorno productivo del mole en San Pedro Atocpan se caracteriza por la autosuficiencia productiva, la escasa cooperación y coordinación entre actores socio-económicos, lo cual fomenta la desarticulación productiva limitando el desarrollo económico social de la localidad. De esta forma propusimos algunas alternativas colectivas, basadas en la cooperación entre los actores involucrados en la organización productiva del mole para mejorar las estrategias de producción y comercialización del mismo.

Capítulo 1. El Fordismo y la subsistencia de la pequeña industria en México

El objetivo de este capítulo consiste en realizar una revisión teórica de las dinámicas de la organización productiva, considerando que estas son disimiles entre territorios. Los aspectos expuestos aquí están estrechamente relacionados con la Geografía Económica, la cual se caracteriza por prestar atención a los actores sociales para el análisis de los procesos económicos.

La Geografía Económica reconoce a los actores sociales como sujetos responsables de la construcción de los territorios, mediante la definición de reglas, normas y valores, con la finalidad de organizar y controlar todo recurso a su alcance. Gracias a la visión socioeconómica que brinda esta disciplina, logramos entender que cada lugar tiene especificidades organizacionales. La organización productiva del mole en San Pedro Atocpan inició gracias a las relaciones familiares y amistosas que se han tejido a lo largo del tiempo en la localidad. A pesar de que no es el único lugar donde se produce el mole, ni tampoco donde se originó este famoso platillo, la mayoría de su población está empleada en esta actividad y los pobladores se identifican como un pueblo “molero”. Por lo tanto, ésta actividad económica ha dotado a los pobladores de Atocpan de una identidad territorial y especificidad organizacional.

El primer apartado de este capítulo explica las transformaciones de la producción artesanal durante el periodo del siglo XIX y XX, en donde explicamos que los avances científicos y tecnológicos derivados de la Revolución Industrial crearon nuevas técnicas de producción, las cuales transformaron la producción artesanal y originaron un nuevo modo de producción denominado Fordismo, el cual se extendió y predominó como forma de organización del trabajo a mediados del siglo XX, sin embargo, se sostiene la hipótesis que la producción artesanal nunca desapareció.

El segundo apartado explica la crisis del Fordismo como modelo productivo de los países Industrializados en los setenta, y la necesidad de reorientar a la producción. Piore y Sabel (1990) proponen reorganizar la producción con los principios de la organización artesanal, los cuales se establecieron como alternativa para el surgimiento de la Especialización flexible. Esta alternativa demostró tener éxito en organizaciones productivas de Italia y otros países, basadas en la cooperación y coordinación con otras empresas.

El tercer apartado explica que en México no se logró instrumentar el modelo de producción Fordista, más bien se caracteriza por una heterogeneidad estructural, que hace referencia a la sobrevivencia de dos tipos de industrias “la moderna” y la “artesanal”, es decir, aquella que cuenta con maquinaria de alta tecnología y la que funciona con maquinaria rudimentaria.

El cuarto apartado analiza la importancia que tiene el territorio, como un espacio socialmente construido. El territorio aquí se distingue por ser un elemento fundamental para comprender que existen diversas formas de organización productiva, prestándole atención a las acciones sociales y al sistema de normas, valores y costumbres que distinguen a los grupos sociales; se desarrolla el concepto de estrategias de supervivencia, con la finalidad de entender que las habilidades colectivas, responden de manera favorable a las incertidumbres económicas, tal como lo hicieron los habitantes de San Pedro Atocpan. Las estrategias de supervivencia también son fruto del capital social, el cual se define como un recurso colectivo, basado en relaciones sociales que se establecen por la confianza y las obligaciones de reciprocidad. Las relaciones se consolidan en una red social, que facilita información para extender sus relaciones sociales. Finalmente, este capítulo concluye que los territorios que cuentan con capital social tienen grandes posibilidades de lograr un desarrollo local.

1.1 Transformaciones en la producción artesanal y el Fordismo en países industrializados

Las organizaciones productivas se caracterizan por ser dinámicas, ya que los actores sociales continuamente transforman, crean conocimientos, inventan técnicas, herramientas y reorientan la producción a su favor. En este sentido, a través del tiempo han destacado diversos periodos productivos que conllevan a una constante redefinición en la organización social, económica y política de los territorios, diferenciándose unos de otros por sus particularidades.

Para desarrollar este capítulo es importante hacer una distinción entre dos términos. El primero es Producir que se define como el acto de transformar recursos materiales mediante una serie de procesos para la obtención de un producto y poder comercializarlo; mientras que el segundo término es Modos de producción, este hace referencia a la forma en que se transforman los recursos con herramientas y la organización de los grupos sociales.

El modo de producción más antiguo es el artesanal y sigue vigente, es el antecedente de la producción Fordista pero también formó parte de la misma, nunca desapareció como se llegó a pensar, por el contrario, gracias a los desarrollos tecnológicos se ha modificado. A mediados del siglo XVIII y gran parte del siglo XIX, los artesanos controlaban todo el proceso de producción, es decir, un grupo de artesanos se dedicaban a la producción de una mercancía desde su inicio hasta su venta a los consumidores. Los talleres contaban con un maestro y varios aprendices, cuando el aprendiz dominaba el manejo de todas las herramientas, conocía la técnica, los secretos de su oficio y se convertía en maestro, entonces podía establecer su propio taller (Cadena, 2011). Esto revela un hecho fundamental, la producción artesanal se distinguía por una especialización en los productos, así como en las habilidades del artesano.

A finales del siglo XIX y principios del siglo XX la Revolución Industrial implicó para los países desarrollados, una reorganización económica, social y productiva. Los avances científicos y tecnológicos otorgaron nuevas técnicas de producción, el uso de maquinaria conllevó a reducir el número de trabajadores y producir en mayores

cantidades. Las transformaciones productivas se hicieron notar por el uso de máquinas en el modo de producción artesanal, pero también el apogeo de un nuevo modo de producir, el Fordista.

Las principales transformaciones en la producción artesanal fueron: 1) la inclusión de maquinaria en los procesos de producción para facilitar el trabajo, y 2) la organización productiva cambio, de modo que el trabajo se dividió en pequeñas unidades productivas especializadas, con una fuerte interrelación entre productores. (Piore y Sabel, 1990).

A mitad del siglo XX, el Fordismo ganó terreno y predominó como forma de organización del trabajo en los países industrializados, mientras que la producción artesanal sólo fue conservada por pocos productores, en consecuencia, la organización industrial, la producción, la dinámica de los mercados y las políticas económicas cambiaron radicalmente. Las principales transformaciones productivas fueron : 1) Grandes inversiones en equipo de máquinas especializadas; 2) inclusión de mano de obra calificada; 3) menor número de trabajadores; 4) producción masiva de productos homogéneos y especializados; 5) clara división del trabajo, y; 6) remplazo de las comunidades productivas por un centro de trabajo específico. (Piore y Sabel, 1990).

1.2 La crisis de la producción en serie y el surgimiento de la especialización flexible

Después de la prosperidad que había brindado el Fordismo, a finales de los años setenta, el mundo industrial entró en un periodo de crisis como resultado de varios factores tales como: la crisis petrolera, la escasez de materias primas, la inflación, el desempleo y el estancamiento económico. Esta situación originó la redefinición de las características de los mercados, así como la búsqueda de soluciones organizativas y tecnológicas que transformaran la situación.

En sus años de prosperidad, la producción en serie intentó reemplazar la producción artesanal, pero la crisis económica invirtió los papeles. Según Piore y Sabel (1990), la producción en serie siempre había necesitado de su reflejo: la producción artesanal. En el periodo de apogeo de la producción en serie, la producción artesanal era aprovechada por empresas que actuaban en mercados pequeños e inestables. Esta idea de invertir los papeles y emplear algunas características de la producción artesanal, consistió en proporcionar mayor flexibilidad a la organización y al proceso productivo.

La flexibilidad en la producción, se refiere a la capacidad de respuesta por medio de un conjunto de prácticas empresariales, ante un entorno cambiante para enfrentar la inestabilidad de la demanda (Calero y Navarro, 2004). En términos organizacionales se apoya en prácticas de externalización productiva⁴, como una forma de organización social que recupera la cooperación como elemento estructurador de la producción. La cooperación entre las empresas e instituciones funge como herramienta fundamental para la construcción de redes y es un factor clave para descentralizar la producción en pequeñas empresas. Las redes formadas desde la cooperación inter-empresarial, están asociadas a la consolidación de la confianza y la reciprocidad entre los actores económicos e instituciones (Fernández y Villalba, 2004). La producción se apoya en la calificación, la polivalencia y en la versatilidad de la maquinaria y de los trabajadores; diversificando sus aptitudes, para mejorar las necesidades de producción, haciendo cambios mediante el rediseño de productos y los métodos de producción, con la finalidad de enfrentar los crecientes costos y la competencia en el mercado.

Esta flexibilización implicó una modificación en el sistema productivo, que más tarde se conocería como Post-fordismo o Especialización flexible. Este nuevo modelo estaba estrechamente relacionado con la utilización intensiva de máquinas flexibles que favorecía una producción de fácil adaptación a las necesidades y gustos del mercado. Asimismo valorizaba las habilidades artesanales y favorecía la

⁴ La externalización productiva consiste en, recurrir a una empresa o entidad externa para que desarrolle una tarea que hasta el momento se hacía en el centro productivo. Es un trabajo en equipo entre dos entidades para conseguir objetivos preestablecidos (Fernández y Villalba, 2004).

cooperación entre los distintos productores. Por lo tanto, la especialización flexible, posibilitaba la reducción de los costos en maquinaria, facilitaba una gran variedad de mercancías personalizadas y una organización descentralizada de la producción (Piore y Sabel 1990, Safon, 1997).

Parte de la redefinición de la producción debía organizarse de manera flexible en pequeños y medianos establecimientos descentralizados, quienes debían establecer relaciones con otras empresas de mayor o igual tamaño. La competitividad dependía de la introducción de innovaciones tecnológicas y organizacionales para cambiar los procesos productivos, sobre todo construir redes productivas, fomentar la cooperación y división del trabajo entre empresas de distintos tamaños (Safón, 1997).

El modelo italiano del Distrito Marhalliano es un claro ejemplo de la Especialización flexible. Las empresas se especializan en una o algunas fases del proceso productivo, tienen capacidad de innovar, se organizan de manera interna y establecen relaciones estrechas con otras empresas (Amin y Robins, 1994). Las relaciones de cooperación, colaboración, solidaridad y de amistad entre empresarios, fomenta la creación de una comunidad de intereses y un ambiente de confianza. De modo que permitió responder favorablemente a la demanda de productos en términos de gustos y necesidades de los consumidores. Lo interesante de esta organización productiva radica en un sistema de valores que son difundidos por instituciones, tales como: la familia, la iglesia, el mercado, el Estado entre otros (Becattini, 1994). Sin embargo, es necesario no “caer en la trampa de la idealización de la Especialización flexible y de la “satanización” del Fordismo [...] Como afirma Sayer (1990), la industria capitalista ha combinado siempre flexibilidad y rigidez, y ahora, más que a un movimiento hacia una mayor flexibilidad, se asiste a nuevas permutaciones de estos dos componentes” (Amin y Robins, 1994:133).

En definitiva la pequeña industria, siempre ha constituido un sector sumamente importante de la estructura productiva de los mercados de trabajo de cada región. Su producción consiste en la provisión de bienes de consumo tradicionales en mercados locales y regionales (Martínez, citado por Saravi 1998), además ha

contribuido al desarrollo económico de algunos países, mientras que para otros sólo ha sido una alternativa o estrategia de supervivencia económica. En relación con su producción suele ser flexible en cuanto al tamaño del mercado, ya que puede aumentar o disminuir su oferta si es necesario, sus precios son competitivos, puesto que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas (Rodríguez, 1996).

1.3 La industrialización en México, el Fordismo no alcanzado

Mientras que a principios del siglo XX, en Europa y Estados Unidos, ya se había consolidado la industrialización, en México el Modelo agrario exportador predominaba como forma de organización productiva ⁵, en donde los sectores agropecuario y minero eran los ejes del proceso de acumulación de capital, mediante la exportación de productos primarios y de origen agrícola, hacia los países desarrollados, en particular hacia Estados Unidos. En este sentido, la economía mexicana vivió principalmente del mercado externo, mientras que el mercado interno se caracterizó, en un sistema económico de “subsistencia” encaminado a abastecer mercados locales y las necesidades de autoconsumo. Dicho modelo terminó agotándose alrededor de la gran depresión de los años treinta (Guillen, 2010).

Después del deterioro del Modelo agrario, México inicia el cambio hacia un nuevo modelo llamado Industrialización vía sustitución de importaciones (ISI), el cual se instrumentó durante el periodo de 1940 a 1970, y respondió, entre otros aspectos, a las necesidades nacionales e internacionales suscitadas por el conflicto bélico de la segunda guerra mundial, dado que Estados Unidos se enfocó a la producción armamentista, mientras que México se orientó a la producción manufacturera tanto para el consumo nacional como para el extranjero (Guillen, 2010).

⁵ Según Tello para 1920 el 70 % de la población económicamente activa estaba dedicada a las actividades agropecuarias, mientras que sólo el 15 % se dedicaba a actividades industriales (Tello, 2010).

Es en este período, cuando surgen en México diferentes tipos de industrias, entre ellas la alimentaria, así como la producción de bienes intermedios y pocos sofisticados. Como resultado del cambio macroeconómico, el sector agropecuario fue descuidado y los agricultores de muchas localidades emigraron a los centros urbanos en busca de empleo, o bien, se dedicaron a actividades productivas artesanales o de pequeña escala, como fue el caso de la producción del mole en San Pedro Atocpan.

El desarrollo industrial, de los años cuarenta a los setenta en México, se identificó por un bajo progreso comparado con los países industrializados, las empresas que se establecieron en este periodo fueron micro empresas de carácter artesanal, mismas que contaban con un proceso productivo carente de tecnologías. Las maquinas que se producían en México, en su mayoría contaban con tecnología obsoleta (Álvarez, 2005).

Hacia finales de los años setenta, el Modelo ISI inició su decadencia, y la visión de un país industrializado no era favorable, ante esta situación el gobierno introdujo diversas reformas económicas para reorientar y modernizar el sistema de producción y distribución así como descentralizar las actividades económicas y estimular al sector privado (Álvarez, 2005). Sin embargo, éstas políticas implicaron un aumento del gasto público con lo que se incrementó el déficit presupuestal.

A principios de los años ochenta el país entró en una crisis de endeudamiento, lo cual favoreció la puesta en marcha de las reformas contenidas en el Consenso de Washington que son el antecedente del modelo Neoliberal. Estas reformas tuvieron un fuerte impacto sobre la industria en general, pero afectaron con particular intensidad al sector de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de bienes de consumo tradicional de baja calidad y precio, destinados al mercado regional y nacional (Martínez citado por Saravi, 1998). Rueda (1997) afirma que provocaron el cierre de numerosas pequeñas y medianas empresas, aumentando el desempleo, el autoempleo y la economía informal, así como un drástico descenso de los salarios reales.

1.3.1 La heterogeneidad estructural como elemento explicativo de la producción industrial en México

En los países latinoamericanos, entre ellos México las transformaciones productivas se dieron en circunstancias muy distintas en comparación con los países industrializados, su transformación fue parcial y gradual ya que sólo algunas industrias contaban con alta tecnología.

La organización industrial en México y de otros países subdesarrollados, se caracteriza por la heterogeneidad estructural. Este concepto aborda la dualidad entre la “modernidad” y el “atraso” tecnológico en los procesos productivos, es decir la industria sobrevive por dos formas de producción; una producción moderna con tecnología sofisticada y otra de obsoleta o nula tecnología, en este último caso nos referimos a la producción de pequeña escala artesanal, la cual abastece a los mercados locales y sus necesidades de autoconsumo, misma que predomina como forma de producción en el país (Di Filippo y Jaude, 1976, Guillen, 2008).

En México la producción a pequeña escala es y ha sido la forma de producción predominante a lo largo de la historia del país, además cabe mencionar, que la mayoría de las pequeñas empresas surgen como estrategias de supervivencia por la creciente precariedad e informalidad⁶ en el trabajo (Alba, 1993). Los pequeños productores inician con poco capital, tienen nula tecnología, se organizan entre familiares o conocidos para generar empleos e ingresos y ofrecer artículos de consumo popular. Estos establecimientos productivos van desde la industria casera, la micro industria, hasta el taller manufacturero (Alba, 1993). Adicionalmente estas pequeñas unidades se establecen por lo regular en la periferia de las grandes ciudades, en las que existe baja productividad agrícola.

⁶ La informalidad está asociada a las condiciones y derechos legales de trabajo y no al trabajador/a, en este sentido se refiere a trabajadores por cuenta propia y subempleados. Mientras que la precariedad está relacionada con la vulnerabilidad, inseguridad e inestabilidad de los trabajadores tanto en la estabilidad como en la calidad de las condiciones de trabajo (De la Garza, 2007).

Por otro lado, las grandes industrias en México, que contaban con alta tecnología fueron las que instrumentaron algunas características del Fordismo en el contexto de la política de Sustitución de Importaciones, mientras que el resto permaneció con técnicas de producción artesanales.

La producción Industrial manufacturera en México avanzó lentamente y con procesos productivos carentes de tecnología. Las actividades basadas en recursos naturales y producción a pequeña escala han sido predominantes. Las actividades industriales que demandan un mayor grado de tecnología han reflejado bajos niveles de innovación tecnológica, comparado con países desarrollados. Por lo tanto, el país sigue teniendo tecnología muy simple y vulnerable a la competencia de otros países. Como se puede observar en el siguiente cuadro únicamente el 8.8%, es decir de 19, 266 industrias manufactureras, sólo 1075 invierten en Investigación y desarrollo tecnológico, siendo las medianas y grandes empresas las que lo efectúan.

Cuadro 2. Inversión en Investigación y desarrollo tecnológico en el sector manufacturero en México.

<i>Tamaño del establecimiento</i>	Total	Invierte en investigación y desarrollo tecnológico en el proceso productivo	
		Si invierte	No invierte
Total	19 266	1 705	17 561
<i>0 a 2 personas</i>	1 060	4	1 056
<i>3 a 5 personas</i>	970	11	959
<i>6 a 10 personas</i>	1 194	42	1 152
<i>11 a 15 personas</i>	1 108	54	1 054
<i>16 a 20 personas</i>	1 011	50	961
<i>21 a 30 personas</i>	1 715	98	1 617
<i>31 a 50 personas</i>	2 599	211	2 388
<i>51 a 100 personas</i>	3 415	346	3 069
<i>101 a 250 personas</i>	3 214	386	2 828
<i>251 a 500 personas</i>	1 579	249	1 330
<i>501 a 1000 personas</i>	877	158	719
<i>1001 a más personas</i>	524	96	428

Fuente: Módulo de Innovación e investigación del censo económico 2004 actualizado en el 2007. INEGI

En síntesis, el cuadro 2 muestra la existente heterogeneidad estructural en México, en donde los procesos productivos artesanales son predominantes. Por lo tanto, el país tiene empresas con bajos niveles de tecnológica y un sector empresarial reducido, con altos niveles de tecnología.

1.4 El territorio y la organización socio-económica.

La economía capitalista actual se rige por medio de una lógica niveladora y universal de la globalización, que transmite la idea de homogenización socio-económica y supuesta pérdida de particularidades locales. Sin embargo, numerosos estudios geográficos, han dejado claro que la globalización no termina con las particularidades socio-culturales de los territorios. Además insisten que estas particularidades dan origen a organizaciones socio-económicas específicas, diferenciadas unas de otras.

El territorio es concebido como el espacio apropiado y valorizado simbólicamente e instrumentalmente por grupos humanos, los cuales proyectan sus concepciones del mundo e inscriben en él, excepciones culturales, así mismo su relación con el espacio, dota de identidad territorial a quienes los habitan (Giménez, 2000). La globalización crea pautas universales que son adoptadas y adaptadas al conjunto de normas, principios y valores culturales específicos del lugar, lo que implica autenticidad y esencia del territorio. Milton Santos menciona que... “El orden global busca imponer, en todos los lugares, una única racionalidad. Y los lugares responden al Mundo según los diversos modos de su propia racionalidad. Por lo tanto, los territorios conviven dialécticamente entre razones globales y locales”⁷ (Santos, 2000: 289).

Desde la perspectiva de la Geografía Económica, alejada de los principios de la economía neoclásica, se analizan las actividades económicas distintivas de cada territorio, considerando al espacio como una construcción social (Rosales, 2006 y Méndez, 1997).

⁷ Milton Santos se refiere a lo local como la escala de lo cotidiano y sus parámetros son la copresencia, la vecindad, la intimidad, la emoción, la cooperación y la socialización con base en la contigüidad (Santos, 2000: 290).

En este sentido, el territorio es un espacio socialmente construido y los grupos sociales que lo conforman son actores económicos organizados de manera específica y con resultados diferenciados con respecto a otros. Sforzi señala que “cada lugar es diferente del otro. La naturaleza y la construcción de los lugares están en constante mutación, y esta se presenta de maneras distintas entre un lugar y otro” (Sforzi, 2005: 19). Por lo tanto, se afirma que es fundamental considerar al territorio porque forma parte del entorno social que puede o no favorecer el desarrollo económico local.

Cada territorio ha constituido o adoptado modelos productivos, intentando adecuarlos a sus intereses y circunstancias (Boyer citado por Neffa, 1999), por tal razón, los resultados son muy disímiles entre territorios, aunque se hayan implementado los mismos principios del modelo productivo.

En síntesis, el territorio se construye, aprovecha sus propias ventajas y potencialidades (Caravaca, González y Silva, 2005). Por lo tanto, el territorio no es sólo el espacio donde se intercambian bienes y servicios como lo planteaban los neoclásicos, sino también el lugar donde se tejen las relaciones sociales y los hombres establecen acuerdos, determinando formas específicas de organización económica y social.

1.4.1 Las Estrategias de supervivencia en los territorios.

A consecuencia de la falta de empleo, las personas buscan alternativas para enfrentarse a las incertidumbres económicas. La expresión de *supervivencia* expresa la idea de individuos y grupos luchando por subsistir, enfrentándose a incertidumbres, respondiendo a nuevas oportunidades y haciendo elecciones entre diferentes posiciones de valor (Long citado por Echánove y Steffen, 2005:33). Ahora bien, la expresión y concepto estrategias de supervivencia⁸ se refiere al

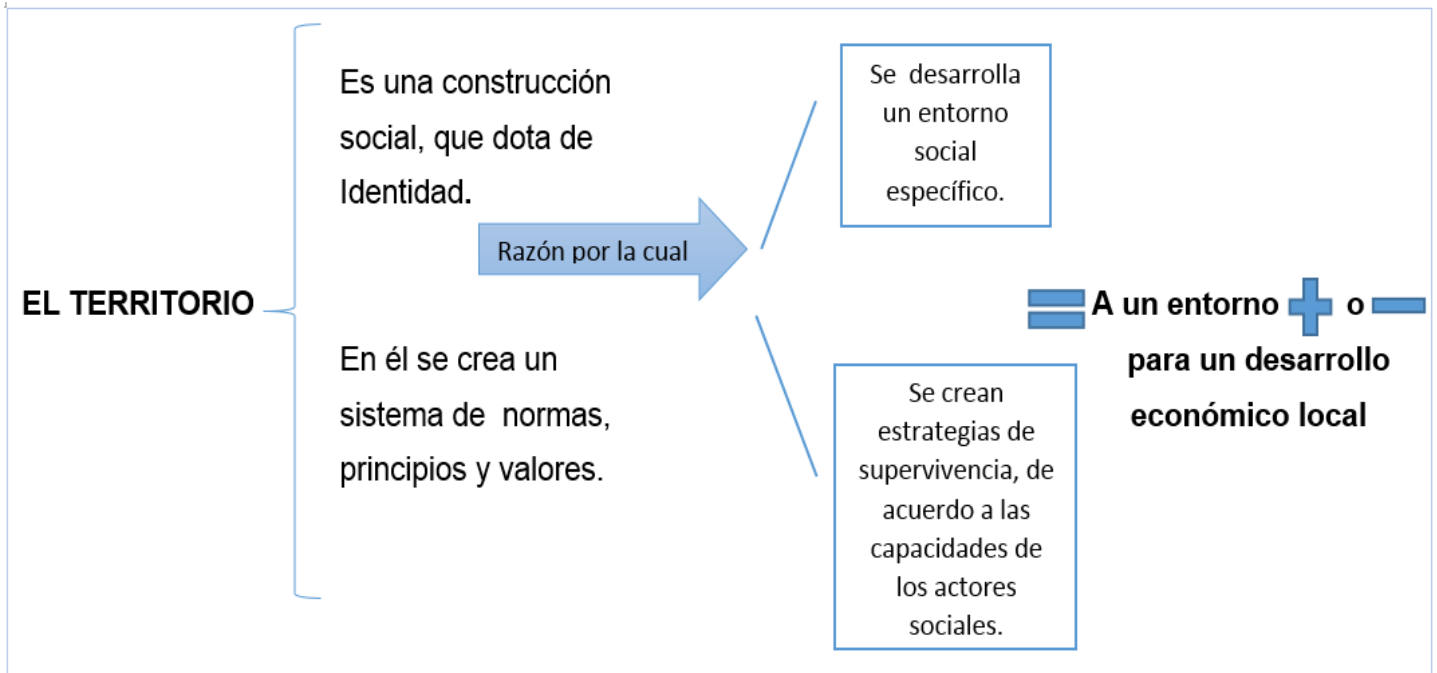
⁸ En numerosos estudios de ciencias sociales en Latinoamérica han utilizado el concepto de “estrategias de supervivencia”. Duque y Pastrana fueron los primeros en utilizarlo, en 1973. Los autores analizaron las formas de subsistencia de familias marginadas del Gran Santiago Chile y posteriormente Lomnitz en 1975 analizó los barrios marginados de México (Argüello, 1981).

conjunto de acciones económicas, sociales y culturales que realizan los grupos sociales en un territorio específico, los cuales no poseen medios de producción suficientes y no se incorporan plenamente al mercado de trabajo, entre ellos destacan los campesinos y los grupos marginados de las ciudades.

Argüello (1981) distingue grupos sociales e identifica dos zonas geográficas en las que se sitúan. En las zonas urbanas a migrantes del campo y desempleados y en las zonas rurales a pequeños artesanos y minifundistas. Estos grupos se caracterizan por no poseer medios de producción suficientes para sobrevivir, recurren frecuentemente a mecanismos como la venta temporal de su fuerza de trabajo y diversas formas de trabajo por cuenta propia para enfrentar su situación de desempleo.

El análisis de las estrategias de supervivencia se interesa por las acciones particulares de la organización social que existe en un grupo social para sobrevivir económicamente. Aníbal Pinto (1976) distingue diversos y específicos “estilos” de desarrollo en sociedades industrializadas y subdesarrolladas. Los estilos de desarrollo los define como el modo en que un determinado sistema productivo se organiza y asigna recursos humanos y materiales con el objeto de plantearse cómo, qué y con quienes producir. Esta forma particular de organizar es consecuencia de las percepciones, habilidades, simbolismos, sistema de valores y un sentido de identidad específicos (Argüello, 1981, Bebbigton y Long citado por Echánove y Steffen, 2005). Cuando nos referimos a valores e identidad, es necesario insistir que estos están anclados al territorio, y por ende las respuestas, estrategias y resultados ante la incertidumbre económica también son específicas. El esquema 2 muestra que el territorio es el que brinda las estrategias de supervivencia y que estas pueden dar origen a un entorno económico y social favorable.

Esquema 2. El territorio y las estrategias de supervivencia



Fuente: Elaboración propia con base en Argüello (1981), Bebbigton (citado por Echávone y Steffen 2005), Caravaca, González y Silva (2005)

Los territorios que logran integrar actores sociales con cualidades e inteligencia para organizar estrategias colectivas con capacidad de reaccionar, de formular y coordinar proyectos, gozan de inteligencia territorial (Salcido y Larroa, 2012). “Un territorio inteligente utiliza sus propios recursos de una forma económica, ambiental y socialmente eficiente [...] los actores sociales generan dinámicas de interacción no sólo entre empresas sino también entre organismos e instituciones que promueva la creación de redes de cooperación que permitan trabajar juntos para buscar soluciones a problemas comunes” (Caravaca, González y Silva, 2005: 7). Las estrategias de supervivencia son colectivas, y pueden crear inteligencia territorial ya que han mostrado generar suficientes ingresos para alcanzar una mejor calidad de vida para los habitantes de un territorio específico. Por lo tanto, a través de estas estrategias se crean las bases para la construcción de un desarrollo económico local. En este sentido, el desarrollo depende de la capacidad que tengan

los actores sociales de conformar redes territoriales, sociales y económicas tanto locales como exteriores.

1.4.2 La importancia de las redes sociales en las organizaciones productivas para la construcción de un desarrollo local.

Desde 1970 el desarrollo local es un tema de interés académico y político, este se caracteriza por potenciar las condiciones endógenas de los territorios, tomando en cuenta actores sociales, instituciones y políticas públicas. La noción de desarrollo local, no es sinónimo de crecimiento económico, ya que éste no sólo se enfoca a cuestiones económicas sino a un desarrollo que abarca ámbitos económicos, sociales, políticos, ecológicos y culturales (Pike, Rodríguez y Tomaney, 2011). El desarrollo es un fenómeno profundamente geográfico, ya que lo social es necesariamente espacial.

El desarrollo local se refiere al resultado de actores sociales, políticos y económicos que intervienen de manera activa en los procesos de desarrollo producidos en un territorio, una de sus principales características es, “la participación de la sociedad civil en la toma de decisiones a través de las cuales se definen los objetivos, los instrumentos, los medios y los compromisos de los sujetos implicados en la promoción de desarrollo de un territorio” (Sforzi, 2005: 31).

La construcción de un desarrollo local depende de los actores sociales del territorio, siendo ellos los que deben crear iniciativas y echarlas a andar con recursos propios o externos en beneficio de la colectividad local. Según Garofoli (1995:56) “el territorio es un factor estratégico de oportunidades de desarrollo [...] representa una agrupación de relaciones sociales, y también el lugar donde la cultura local y otros rasgos no trasferibles se han sedimentado”. Así que, el territorio debe tener trabajo, capital, conocimiento, recursos materiales, liderazgo y capacidad de innovar (Garofoli citado por Kuri, 2012).

Los Distritos Industriales, han sido un claro ejemplo, ya que representan formas de organización productiva exitosas por el dinamismo empresarial que los caracteriza y por los aspectos socioculturales endógenos de la población. (Becattini 1994, Saravi, 1998 y Kuri, 2012). Las organizaciones productivas que comparten y promueven un conjunto de normas, valores y costumbres establecen relaciones de cooperación basados en la confianza, reciprocidad y solidaridad (Fukuyama, 1996 y Saravi, 1998). Por lo tanto, las normas, los valores y las costumbres ancladas en un territorio, son el soporte de las relaciones socio- económicas, por ende el territorio brinda a las empresas un ambiente sociocultural favorable o desfavorable para su desarrollo.

Por otro lado, Granovetter afirma: los actores económicos no son átomos aislados sino que sus interacciones económicas están inmersas en redes sociales⁹. La red, es un conjunto de relaciones sociales que vinculan a un grupo de individuos con vínculos en común o intereses afines (Granovetter, 2000). En este sentido, todas las relaciones socio-económicas efectuadas dentro de una organización productiva, están inmersas en una red social y, a pesar de que en todos los territorios se generan redes sociales, el potencial y permanencia de estas dependen de los individuos que la integran. De modo que, cada territorio tiene la capacidad de crear redes sociales, que faciliten el intercambio de información, creación de conocimiento y establecer relaciones de coordinación y negociación.

Las redes se desarrollan a partir de un proceso de interacción sociocultural e intercambian información; tienen reglas formales e informales y están compuestas por relaciones entre muchas personas conocidas, funcionan como una forma de proporcionar apoyo y se rigen con obligaciones de reciprocidad y de confianza (Herreros, 2002). En este contexto se puede entender el concepto de Capital Social, ya que está constituido por el conjunto de relaciones sociales, normas, instituciones

⁹ “Las redes sociales según la intencionalidad que tengan pueden ser de tipo económico, territorial, de innovación, de aprendizaje, pero en su esencia todas son de carácter social porque implican el establecimiento de interacciones entre los individuos” (Macho y Rosales, 2009: 40).


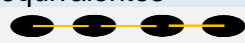
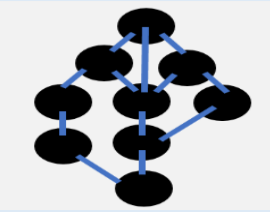
y organizaciones que promueven la confianza, la cooperación y la reciprocidad. Es un recurso que permite lograr beneficios para los grupos sociales que lo poseen. Para Putnam, consiste en aspectos organizacionales que facilitan la acción y cooperación para beneficio mutuo (Putnam citado por Durston, 2000). De tal modo que es un recurso que surge de las diversas redes sociales de un territorio en específico, mismo que puede impulsar la eficiencia de las organizaciones productivas y promover la construcción de un desarrollo local.

Es necesario enfatizar que la dimensión espacial no es circunstancial, el territorio define y reproduce determinadas redes con flujos de información que explican las características de las organizaciones productivas. Las relaciones establecidas entre los actores sociales que componen una organización productiva, constituyen redes socio-productivas y son la base de intercambios mercantiles, de información y de conocimiento. Estas redes de relaciones económicas proporcionan oportunidades pero también restricciones, dependiendo de la dinámica de ellas. Putnam (citado por Ostrom, 2003) distingue dos formas de redes: una red horizontal que reúne a agentes de estatus y poder equivalentes con interacciones sociales densas establecidas por relaciones familiares y de parentesco; por lo general estas relaciones son demasiado fuertes que no generan más relaciones fuera de su red, limitándose a la transmisión de información e intereses parecidos. Mientras que la red vertical vincula a agentes desiguales con relaciones asimétricas de jerarquía y dependencia. Esta red no establece interacciones densas más bien, se distingue por lazos débiles entre actores sociales diferenciados que transmiten diversidad de información.

Granovetter (2000) explica que este tipo de relaciones son importantes porque permiten obtener un abanico de ideas, influencias e información, las cuales son de gran utilidad para alcanzar un objetivo. Desde esta perspectiva, las redes permiten estudiar como se coordinan y que acuerdos realizan los actores sociales de una organización productiva a partir del análisis de las relaciones que mantienen con otros (Semitiel y Nouera, 2004).

El siguiente cuadro explica los principales elementos de las redes sociales.

Cuadro 3. Principales elementos de las Redes Sociales

Definición	Se construyen	Relaciones /Estructuras	Vínculos o lazos	Son informativas
<p>La red, es el conjunto de relaciones sociales que vinculan a un grupo de individuos con vínculos en común o intereses afines.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Por relaciones sociales • Por movilidad social y geográfica • Las relaciones pueden ser: De parentesco, amistad, trabajo o conformadas por otros intereses en común. <p>(todo individuo pertenece a una red)</p>	<p>Relaciones Formales: Se establecen de manera explícita, obedecen a decisiones que persiguen objetivos estratégicos de personas u organizaciones. Informales: Se establecen de manera implícitas, son tácitas y espontáneas</p> <p>Estructuras Horizontal: reúne a actores sociales de estatus y poder equivalentes  Vertical : reúne a actores sociales desiguales en relaciones asimétricas de jerarquía y dependencia </p>	<p>Fuertes: Se refieren a los actores sociales estrechamente vinculados con familiares y amigos. La información que obtienen es limitada y repetitiva.</p> <p>Débiles: Se refiere a los actores sociales que se vinculan con diversos contactos. Estos actores acceden a más información que los que pertenecen a redes con lazos fuertes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En las redes sociales se obtiene y se difunde información, que es de utilidad para los actores sociales inmersos en la red. • Los actores sociales pueden pertenecer a varias redes, según sus intereses.

Fuente: Elaboración propia con base en Granovetter (2000), Herreros (2002) y Ostrom, Ahn y Olivares (2003)

En las organizaciones productivas, existe una heterogeneidad de actores sociales que se coordinan para alcanzar sus objetivos. En el análisis de las redes socio-productivas se han catalogado dos formas de coordinación las cuales son: las redes de relaciones horizontales y las redes de relaciones verticales.

Las redes horizontales, se caracterizan por establecer relaciones entre empresas con capacidades productivas similares y desempeñan actividades relacionadas con un nicho de mercado específico. Sus relaciones se estructuran de manera equivalente, es decir, no existe una empresa líder ni jerarquías entre ellas. Las organizaciones productivas que cuentan con este tipo de estructura, se caracterizan por relaciones de cooperación, competencia, transmisión de conocimiento y aprendizaje, las cuales se dan por medio de acuerdos formales e informales. En este tipo de redes se estimula la conformación de organizaciones colectivas como asociaciones, cooperativas y múltiples redes socio-productivas articuladas en territorios específicos, así como un ambiente de confianza que fomenta una dinámica competitiva (Velázquez y Rosales, 2014).

Las redes verticales, se caracterizan por establecer relaciones de coordinación y cooperación con empresas de diferentes actividades. En las organizaciones productivas, configuran la cadena de producción y comercialización, sus relaciones se estructuran por medio de actores sociales desiguales con relaciones asimétricas de jerarquía y dependencia. Estas relaciones suelen ser complejas porque involucran actores económicos con distintas capacidades de producción e inversión provocando dificultades de coordinación para ejecutar acciones conjuntas. Sin embargo, existen organizaciones productivas, en las cuales las acciones de cooperación y coordinación se efectúan, entre ellas están: la subcontratación, relaciones entre productores, proveedores y actores sociales involucrados con el mercado. Las organizaciones productivas que logran implementar este tipo de relaciones fomentan el surgimiento de redes socio-productivas flexibles, las cuales estimulan la especialización y externalización productiva, mayor competitividad en el mercado e influyen en la generación de economías de escala por el flujo de

información y transacciones entre los actores involucrados en la red (Velázquez y Rosales, 2014).

Los entornos donde se han presentado casos exitosos de cooperación y coordinación son producto de las acciones y a las características de las redes sociales que impulsan a la cohesión de las actividades económicas (Velázquez y Rosales, 2014). En síntesis, es claro que el ambiente sociocultural del territorio generador de redes con relaciones específicas y una determinada cultura de negocios, no es una cuestión secundaria, sino elementos fundamentales e indispensables para comprender como funcionan y como se configuran las organizaciones productivas.

Cap2. La historia productiva del mole en San Pedro Atocpan: La transmisión de conocimiento generacional.

En este capítulo presentamos el contexto histórico y socio- económico de Milpa Alta y en particular de San Pedro Atocpan. El objetivo es comprender el inicio y desarrollo de la producción del mole, considerado brevemente la historia local. En primer lugar presentamos los aspectos más sobresalientes del contexto histórico-productivo de Milpa Alta y la situación socio-económica actual. En segundo lugar mostramos el surgimiento y consolidación de la producción del mole en San Pedro Atocpan.

2.1 Milpa Alta, una localidad rural dentro de la Ciudad de México

Por lo regular cuando hablamos de grandes ciudades, pensamos en lugares totalmente opuestos a las zonas rurales. Sin embargo, la Ciudad de México es un territorio heterogéneo y diverso, en sus dieciséis delegaciones existen diferencias en su población, estructura ocupacional, uso del suelo, recursos naturales y procesos productivos.

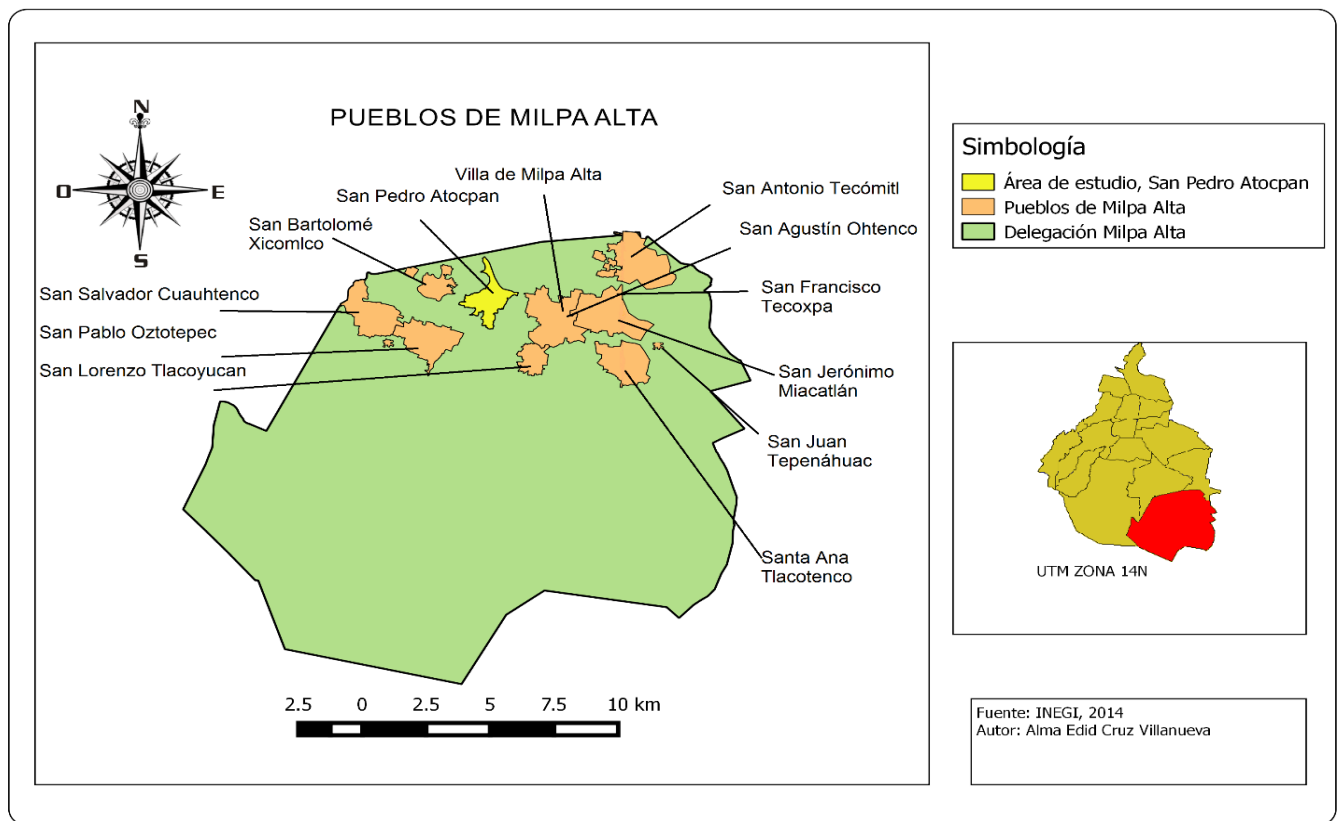
Al sur del Distrito Federal, se localiza la zona lacustre del Valle de México, algunos de sus habitantes aún viven de la agricultura y conservan usos y costumbres del lugar¹⁰ (Salazar, 2011). Las delegaciones Xochimilco, Milpa Alta y Tláhuac forman parte de esta zona y contribuyen al desarrollo y funcionamiento de la Ciudad de México, debido a que por decenios de años han suministrado gran cantidad de alimentos de origen vegetal y animal a la ciudad (Torres, 1991).

Milpa Alta se localiza al Sur-este de la Ciudad México, sobre un terreno accidentado de origen volcánico que forma parte de la serranía del Ajusco-Chichinautzin. La demarcación colinda al norte con las delegaciones Xochimilco y Tláhuac; al oriente, con Chalco, Tenango del Aire y Juchitepec, municipios del Estado de México; al sur,

¹⁰ A estos espacios se les conoce como periurbanos, ya que existe la combinación de actividades características del espacio urbano y las actividades rurales(Sánchez, 2009)

con Tlalnepantla y Tepoztlán, Morelos, y al poniente, con las delegaciones Tlalpan y Xochimilco. La delegación la conforman doce pueblos, Villa de Milpa Alta, San Antonio Tecómitl, San Agustín Ohtenco, San Francisco Tecoxpa, San Jerónimo Miacatlán, San Juan Tepeñahuac, San Pedro Atocpan, San Bartolomé Xicomico, San Salvador Cuauhtenco, San Pablo Oztotepec y San Lorenzo Tlacoyacan (ver mapa 2).

Mapa 2. Pueblos de Milpa Ata



2.2. El origen de Milpa Alta y su desarrollo socio-económico actual.

Según Reyes (s/f), el origen del poblado de Milpa Alta se remonta al año 1240, cuando llegaron a los lagos de Chalco y Xochimilco los primeros grupos migratorios cazadores-recolectores chichimecas. Para estos grupos, la zona ribereña fue apta para habitarla, ya que poseía abundantes recursos del bosque y los lagos, así como tierras fértiles para el cultivo.

Desde 1409 hasta mediados del siglo XX el cultivo de la milpa¹¹ y la ganadería fueron las principales actividades económicas a las que se dedicaban los pobladores de Milpa Alta; tanto los productos que obtenían de la cosecha como los productos de origen animal se comercializaban directamente a la Ciudad de México.

Durante los periodos de guerras (la conquista e independencia de México) esta comunidad sirvió como refugio y las actividades agrícolas se mantuvieron, dado que no convenía modificar su estructura productiva porque ésta proveía de alimentos a la ciudad. (Wacher 2006 y Torres, 1991).

Durante el periodo de independencia, las autoridades otorgaron títulos de propiedad, pero las tierras de Milpa Alta no eran reconocidas por el gobierno federal. Fue hasta 1862 cuando en la Ciudad de México comenzaron a cambiar los linderos¹², lo que obligó a los comuneros a presentar en 1869 sus documentos de posesión de bienes comunales. Fue así como el gobierno federal reconoció y ratificó las tierras de Milpa Alta (Torres, 1991).

A principios de la Revolución Mexicana (1910) gran parte de la población masculina trabajaba en las haciendas más cercanas del poblado pero los ingresos que recibían eran insuficientes. Ante esta situación las familias recolectaban productos del bosque de Milpa Alta como alternativa para ampliar sus medios de supervivencia.

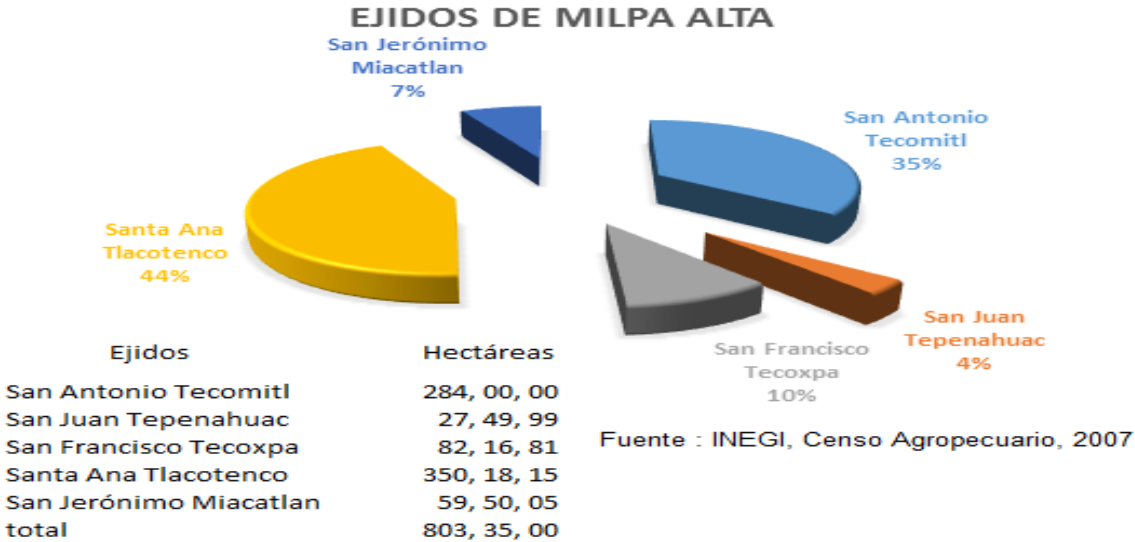
Después de la Guerra, en la década de los veinte, muchos milpaltenses regresaron de otros estados de la República a los que habían huido durante el movimiento e iniciaron una reconstrucción de la demarcación; se retomó el cultivo de la milpa, aumentó la producción del pulque y la recolección de los productos del bosque (Rodríguez y Velasco, 2011).

¹¹ La vida social y económica de los pueblos del Valle de México se basaba en la agricultura, en los pocos terrenos planos de Milpa Alta se cultivaba la milpa y el maguey. La milpa, es un policultivo, donde se cosecha maíz, frijol y calabaza. El maguey es una cactácea con la que se elabora pulque y se obtenía azúcar y vinagre.

¹² La palabra linderos significa la línea que separa unas propiedades de otras. Es el límite o límites hasta los cuales superficialmente se extiende la finca o el dominio sobre la misma. (Enciclopedia Jurídica, 2014)

En las zonas cercanas a la Ciudad de México durante el periodo de 1925 a 1940, se otorgaron tierras a los campesinos. Milpa Alta fue reconocida formalmente en 1929, como una delegación. Actualmente, tiene una superficie de 28 mil 858 hectáreas, 24 mil 857 han sido solicitadas como bienes comunales por las comunidades indígenas y sus ocho anexos; todos de origen chichimeca, con excepción del pueblo de San Salvador Cuauhtenco, de origen Xochimilca. La propiedad social se conforma por cinco ejidos, que ocupan un área de 803.3 mil hectáreas (ver gráfico 1). El resto de la superficie lo integra la propiedad privada y el área para equipamiento urbano y rural (INEGI, 2010 y La Jornada, 2010).

Gráfico. 1 Distribución de los Ejidos de Milpa Alta



El tipo de propiedad de la tierra, ha permitido, en gran parte, que la producción agrícola permanezca en Milpa Alta, ésta entidad ocupa el primer sitio con mayor tenencia ejidal y comunal (31.7%), junto con Tlalpan y Tláhuac concentran el 90% de la superficie ejidal y comunal¹³ de la Ciudad de México (INEGI, Censo Agropecuario, 2007). En el periodo de 1992-2010 a pesar de que el suelo urbano

¹³ La tierra comunal y ejidal de los núcleos agrarios del Distrito Federal tiene una disminución del 34.1% para 1994 y para 2000 ya sólo quedan 46 de los 96 originarios (Bonilla, 2014, INEGI, 2002).

se duplicó, el tipo de suelo agrícola aumentó 3.7%, aspecto poco común, ya que en el resto de la Ciudad de México, por lo regular disminuye. En Milpa Alta, el suelo agrícola, de bosques y vegetación son predominantes, sólo el 10% del total de la superficie es de uso urbano a pesar de su incremento en el período (Bonilla, 2014).

Actualmente la producción agrícola se mantiene, sin embargo, no todos los milpaltenses se ocupan en el sector primario. La mayor parte de la Población Económicamente Activa de Milpa Alta se concentra en el sector secundario (18.2%) y terciario (69.9%). Son Villa de Milpa Alta, San Lorenzo Tlacoyucan, San Francisco Tecoxpa y Santa Ana Tlacotenco, los poblados que mantienen gran parte de la Población Económicamente Activa en la agricultura. Los cultivos más relevantes son: el nopal, el maíz de grano y la avena forrajera. El más importante, en cuanto a su superficie sembrada, volumen y valor de la producción es el nopal; gran parte de su producción es comercializada dentro de la delegación y en los centros de abasto más importantes de la Ciudad de México (SAGARPA, 2007, INEGI, 2010 y SEDUVI, 2012).

El sector industrial, se caracteriza por pequeñas industrias, talleres artesanales y cooperativas, que están conformadas de 1 a 10 personas. En ellas se elaboran globos aerostáticos, artículos de piel, plata, muebles de madera, cuerdas para guitarra, bordados, tejidos de tela, la elaboración del mole, derivados del nopal y medicinas naturales (SAGARPA, 2012 y Delegación Milpa Alta, 2015).

En síntesis, la delegación Milpa Alta, ha contribuido por décadas al abastecimiento de productos alimenticios a la Ciudad y a pesar de que en las últimas décadas ha transformado su estructura agraria-rural, es la delegación con índices de producción agrícolas más altos. La diversidad que presenta en sus actividades económicas (agricultura, industria manufacturera y comercio al por menor), es muestra de que sus habitantes han ampliado sus estrategias de supervivencia, para mejorar sus ingresos familiares.

2.3 San Pedro Atocpan, un pueblo molero.

El pueblo de San Pedro Atocpan se localiza en el centro de los poblados de la delegación Milpa Alta y es característico por la presencia de pequeñas unidades productivas. El olor a chiles secos, frutas y especias que se respira por sus calles, se debe a que por más de medio siglo, gran parte de sus pobladores se dedican a la producción y comercialización del famoso platillo mexicano llamado “mole”¹⁴, producto del mestizaje culinario de diversos pueblos y culturas de México.

En muchos lugares de México se elabora mole, sin embargo, en San Pedro Atocpan, éste producto es el motor económico de la localidad, según Wachter (2006) la producción de mole en ésta zona rebasa a la que se produce en Puebla. Desde antes de la Revolución Mexicana, el mole, era el platillo de las grandes fiestas de la localidad tales como: bodas, bautizos, mayordomías, fiestas patronales y entierros. Su elaboración estaba a cargo de mujeres mayores que conocían los secretos de la cocina mestiza y los transmitían a sus hijas y nietas. La elaboración del mole paso de generación en generación, siendo trasformada y enriquecida con nuevos sabores auténticos de la localidad (Crisol Mágico del sur, 2012 y 2013).

A mediados del siglo XX, en el periodo de 1940 a 1960, el proceso de urbanización de la Ciudad de México, fue el factor clave para la transformación productiva de muchos de los pueblos originarios, localizados en la ciudad (Bonilla, 2009). Gran parte de los campesinos de Milpa Alta y Xochimilco, además de cultivar sus tierras, trabajaban en el centro de la ciudad como asalariados, mientras que otros vendieron sus tierras para emigrar a un lugar más cercano al centro de la ciudad (Gutiérrez y Cordero, 2014).

¹⁴ Según los relatos de los manuscritos de la Nueva España, el platillo del mole se originó en el convento Santa Rosa en el Estado de Puebla (Chávez, Figueroa y Guerrero, 1998). Sin embargo, el mole antecede de los pueblos mesoamericanos, antes de la llegada de los españoles existía una comida cuyo nombre náhuatl era *mulli* (molienda), el cual era una mezcla entre varias salsas preparadas con diversidad de chiles, propios de cada región, que se servía en ocasiones especiales. A la llegada de los españoles los indígenas comenzaron a probar las especias y a combinarlas en sus guisos. Los historiadores confirman que actualmente lo que llamamos mole es resultado de la mezcla entre el *mulli* indígena y la variedad de especias dando origen a la cocina novohispana (Rodríguez y Velasco, 2011). Actualmente cada pueblo sirve un mole distintivo de las regiones de México. El mole más famoso en México es el Poblano y el Oaxaqueño.

San Pedro Atocpan, en 1940 era una localidad campesina con escasos recursos y trabajo precario. La calabaza, el maíz, el frijol y la haba fueron productos que se cultivaban en las tierras de los lugareños, incluso existía la producción de pulque. Su economía era incipiente, debido a las escasas extensiones de tierra para sembrar y la poca fertilidad de sus suelos. La pobreza de las tierras y las pocas ganancias que obtenían de las cosechas¹⁵, fue una de las principales razones para dedicarse a otra actividad. La señora Juana mencionó que cuando se dedicaban al campo sus ingresos eran insuficientes, ya que el maíz lo vendían a un precio muy bajo (Rodríguez y Velasco, 2011: 131).

A mediados de los años cuarenta del siglo pasado, algunas familias de San Pedro Atocpan transformaron su estilo de vida, gracias a la iniciativa de mujeres campesinas, que buscaban mejorar los ingresos familiares y hacer frente a su situación económica. La producción y comercialización del mole en estos años no fue una tarea fácil. Las mujeres que elaboraban y vendían mole, lo hacían sin consentimiento de su cónyuge, así que debían organizarse entre los deberes del hogar el cuidado de los hijos y el pequeño negocio que emprendían. Poco después, convencieron a sus esposos de que era una buena idea invertir más dinero y tiempo en la molienda de chiles y especias que en las tierras de cultivo (Gutiérrez, 2012, Rodríguez y Velasco, 2011).

El origen de la producción y comercialización del mole en San Pedro, es difícil de precisar, pero relatan que su origen se remonta entre los años de 1914 y 1928. En 1928 se inauguró la carretera que comunicaba a Villa de Milpa Alta con la Ciudad de México, lo que conllevó a una mayor movilidad de milpaltenses al centro de la ciudad. Se cuenta que una familia originaria, era productora de pequeñas cantidades de mole, conocidos en el pueblo por su buen sazón tomaron la decisión de trasladarse a la Ciudad de México. El éxito fue inmediato, el negocio creció y fue conocido en los molinos más grandes que se encontraban en la calle de Mesones en el centro de la Ciudad de México. Este negocio sirvió como ejemplo

¹⁵ Las familias rurales funcionan como unidades básicas de producción de baja escala, por lo regular la cosecha es para el autoconsumo y la venta de sus productos en mercados locales. Seis de cada 10 habitantes que se organiza económicamente así se encuentran en situación de pobreza (61.1%); es decir, casi 17 millones de personas (El Economista, 2016).

para muchos y fue así como los habitantes de San Pedro Atocpan aprendieron la receta y empezaron también a vender.

Otro relato cuenta, que en 1940, una familia de San Pedro Atocpan, se fue a vivir cerca del barrio de la Merced y se les ocurrió vender mole en pasta en el mercado. La venta del producto fue exitosa, así que necesitaron mano de obra para aumentar su producción, ellos la consiguieron en San Pedro con amigos cercanos y parientes, con el tiempo se extendió el conocimiento y fue así como se formaron nuevos negocios. La productora Herlinda Olivos Ramírez (2013), mencionó en una entrevista para la *Revista Crisol Mágico del sur*, que muchas mujeres empezaron a producir mole y lo mandaban vender con sus esposos o hijos a los mercados de la ciudad, ya que San Pedro Atocpan se encontraba en una situación económica muy difícil.

La intensificación de la producción se dio por la instalación de energía eléctrica, lo que permitió modificar una etapa del proceso productivo denominado “la molienda”. A partir de 1947, se instaló el primer molino eléctrico, donde muchos productores llevaban sus chiles a moler, hecho que facilitó producir más en menor tiempo.

A pesar de que en 1960 el auge de la producción del nopal se extendió por casi todo Milpa Alta, convirtiéndose en la mejor opción productiva para los campesinos, en San Pedro Atocpan gran parte de su Población Económicamente Activa trabajaba en la Ciudad de México y algunas familias ya habían abandonado los cultivos por la producción de mole. La experiencia en los cultivos, para los habitantes de Atocpan no había sido la mejor, sus ganancias eran muy inferiores comparadas con las del mole, es así que muy pocos se dedicaron a cultivar nopaleras. Fue en este mismo año, cuando surgió la idea de formar una cooperativa, para incentivar la economía local (Bonilla, 2009, Gutiérrez, 2012, Rodríguez y Velasco, 2011).

2.4. La Cooperativa y La feria del mole: el inicio de una producción local.

El origen de la Sociedad Cooperativa de Producción ¹⁶C, L; actualmente empresa líder Moles Don Pancho, se originó tras el rumor de que un pequeño grupo de productores pretendían unir capitales para masificar su producción, lo cual provocó la sospecha, de que ese grupo acaparara la totalidad de la producción e impidiera la competencia a pequeños productores. Ante este suceso, el sacerdote Damián Zarate Sandoval, aconsejó y asesoró a los productores para que conformaran una sociedad cooperativa y vendieran su producto (Crisol Mágico del sur, 2011).

En 1960 la cooperativa inició sus trabajos y por once años se mantuvo con los primeros socios, obteniendo resultados satisfactorios. Sin embargo, tras el traslado de Damián Zarate Sandoval a otra parroquia, la cooperativa entró en decadencia por la mala administración de los productores (Crisol Mágico del sur, 2011).

En 1970, a pesar de los conflictos dentro de la cooperativa, la producción del mole no aminoró, por el contrario se intensificó; en esos años la cooperativa aceptaba a cualquiera que quisiera integrarse. Algunos productores se interesaron en formar parte de ésta, con la finalidad de tener alguna protección, la señora Josefina mencionó: “recuerdo que fue un 11 de Diciembre de 1971, cuando en San Gregorio Atlapulco me quitaron mi mercancía los de la delegación, aduciendo que era mercancía clandestina [...] eso me obligo ingresar junto con un cuñado [...] En la organización ya participaba mi papá y mi abuela materna” (Crisol Mágico del sur 2012: 22).

¹⁶ Una Cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controladas. (Procuraduría Agraria de México, 2015)

En 1974, se afilió un grupo de personas que cambiaron la estructura de la cooperativa, dándole un nuevo giro empresarial. El resultado de esta iniciativa fue satisfactorio y debido a sus logros, durante el mismo año, quince socios fueron invitados a Israel para recibir capacitación sobre sindicalismo y cooperativismo por la Confederación General de trabajadores de Israel (HISTADRUT), cuyo objetivo era apoyar las incitativas económicas locales. En aquel país aprendieron que lo más importante es mantener viva la economía de todos los productores asociados a la cooperativa. Vicente Buenaventura, dice que por medio de la capacitación aprendieron que “lo fundamental no es el dinero, sino el servicio de todos sus socios y trabajadores” (Crisol Mágico, 2011: 23).

El Mole es un platillo con más de 300 variedades, por lo regular cada estado de la de la República Mexicana lo guisa de diferente forma y San Pedro Atocpan no es la excepción, ahí se creó el famoso “mole almendrado”. En las décadas de los cincuenta, en la fiesta patronal, las cocineras del pueblo ya tenían fama y año con año mucha gente regresaba para saborear el mole almendrado (Rodríguez y Velasco, 2011). El sabor de este mole era del gusto de los clientes, es por ello que los productores se interesaron por difundirlo y comercializarlo entre más personas. Uno de los frutos de la cooperativa fue crear la primera Feria del Mole. Esta surgió porque el mole de San Pedro Atocpan era poco conocido fuera de la comunidad, así que vieron la necesidad de hacer publicidad y ganar más clientes. El profesor Rodolfo Borja, fue quien animó a los socios de la cooperativa a realizala. Los productores decidieron hacerla coincidir con la Fiesta del Señor de las Misericordias, debido a que el mole es el platillo favorito en las fiestas patronales, además a ésta fiesta asisten peregrinos de distintos poblados de Milpa Alta, de otras delegaciones de la Ciudad de México y del Estado de Morelos. Por lo tanto, los productores vieron en la fiesta, una buena oportunidad para promover su producto y ampliar su comercialización (Crisol Mágico, 2011 y 2012).

Durante los primeros años, la feria se instaló en el kiosco del pueblo por acuerdo común entre los productores y los habitantes. Pero al quinto año comenzaron una serie de inconformidades, ya que la celebración al Santo Patrono se veía opacada por los intereses comerciales de la feria del mole. Entonces los productores decidieron cambiarla para el mes de Octubre (Rodríguez y Velasco, 2011).

Al paso de los años la Cooperativa, se desintegró y ahora es la empresa “Moles Don Pancho”. Sin embargo, la cooperativa sirvió para que la producción del mole se extendiera en San Pedro Atocpan, dado que muchos de los ex socios ahora tienen su propio negocio y con el paso de los años han surgido nuevos productores o bien negocios con relación a la producción.

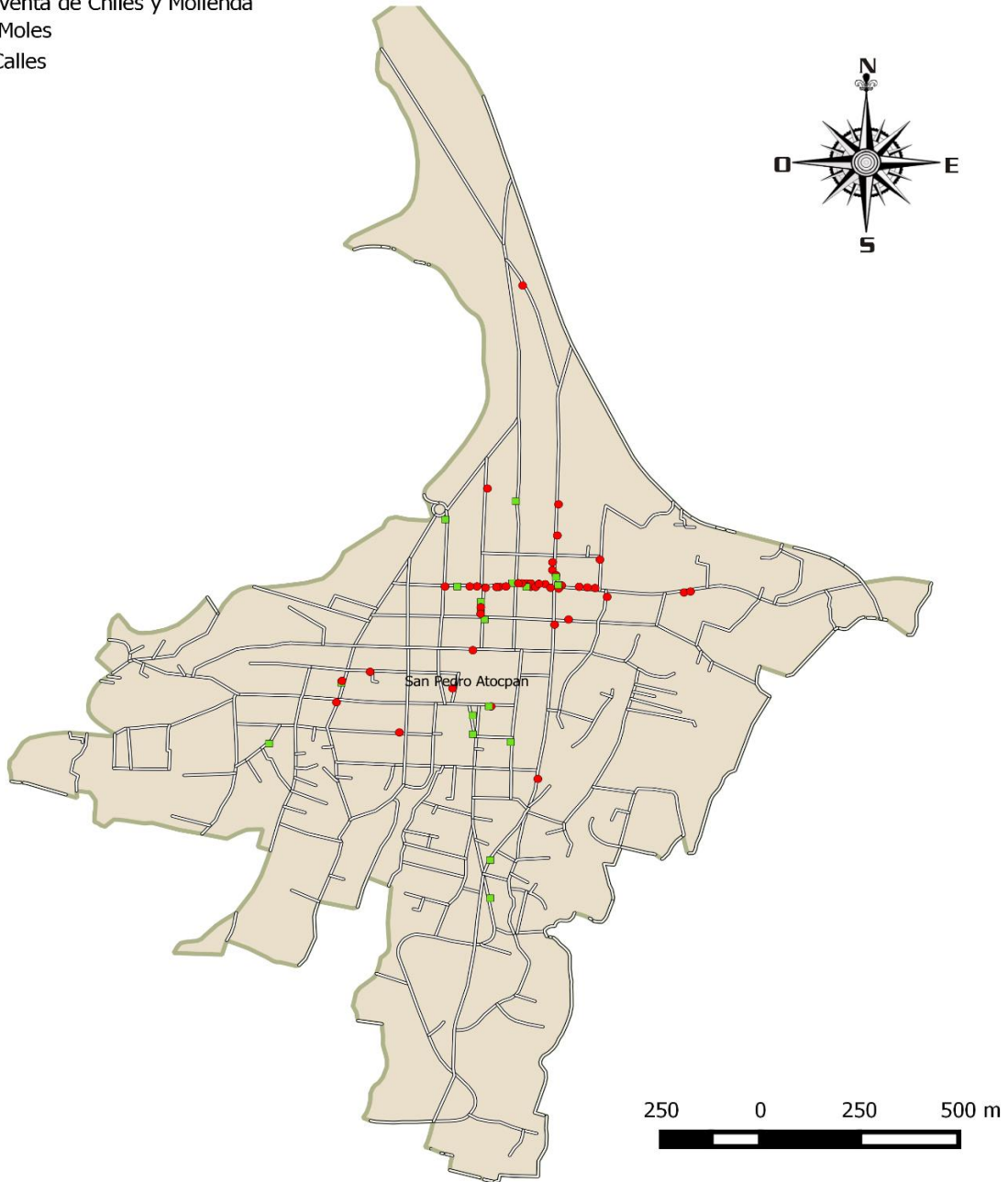
Un dato sobresaliente es que, ninguno de los ingredientes que requiere el mole es producido por la región, por lo tanto, San Pedro Atocpan se ha especializado en la molienda, la comercialización directa y el establecimiento de restaurantes. Actualmente hay 96 establecimientos dedicados a la molienda, comercialización y elaboración del mole, aunado a pequeños negocios no registrados que abren sus puertas los fines de semana para ofrecer el famoso platillo (DENUE, 2015).

Mapa 3. Establecimientos de mole y venta de chiles en San Pedro Atocpan

Establecimientos de Molienda, Chiles y Mole en San Pedro Atocpan, Milpa Alta

- Simbología**
- Establecimientos
- Venta de Chiles y Molienda
 - Moles
 - Calles

Autor: Alma Edid Cruz Villanueva
Fuente: INEGI/DENUE 2015
Elaboración Propia
Datum: WGS84/14N



2.5. La elaboración del mole, un proceso productivo artesanal.

A pesar de que ahora, la mayor parte de los productores muelen los chiles y los demás ingredientes en los molinos de la localidad. El mole sigue siendo un producto artesanal, ya que la única máquina que se utiliza son los molinos eléctricos. Asimismo aún existen pocas molenderas que han preferido conservar su molienda en metates¹⁷, con el afán de conservar el sabor y la tradición. El cambio de los metates por los molinos, fue la única transformación en su proceso productivo; para simplificar las laboriosas actividades de la molienda y satisfacer la demanda del producto.

Desde sus inicios la producción ha requerido del trabajo manual, cuando esta actividad empezó a ganar terreno, cada miembro de la familia tenían que ayudar. Los jefes de familia que aún se dedicaban a actividades agrícolas llegaban a sus casas a desvenar chiles, los hijos a limpiar el ajonjolí o pelar ajos entre otras actividades, así como la venta en los mercados.

Los molinos, son la única herramienta que se ha renovado con el paso de los años, los primeros molinos fueron de rodillos, también conocidos como molinos de piedra pero el procedimiento también es muy tardado. Por ejemplo, con este tipo de molino producir aproximadamente cien kilos se invierte un promedio de 20 horas, ya que primero se tiene que realizar una pre-molienda de chiles para posteriormente poder mezclarlos con las especias, y finalmente volver a moler. Además, este molino debe dejarse enfriar antes de otra molienda (Rodríguez y Velasco, 2011).

El molino de piedra se sustituyó por el molino eléctrico a mediados de los años cuarenta pero algunos productores defensores de las prácticas tradicionales, mencionan que este tipo de molinos sobrecalienta a los ingredientes del mole y lo amarga, perdiendo así su calidad y sabor. Actualmente existen nuevos molinos que favorecen la trituración y simplifican la pre-molienda. Sin embargo, éste tipo de

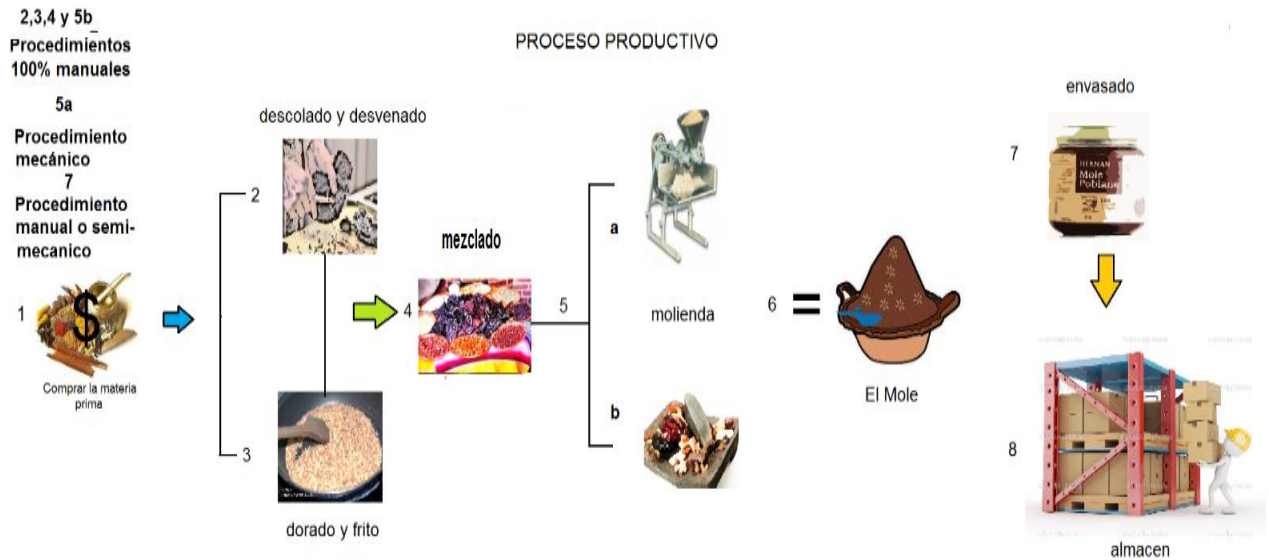
¹⁷ Metate del náhuatl *metlatl*, es el nombre que recibe en México un mortero de piedra tallada de forma rectangular. El metate se compone de dos elementos, la plancha rectangular para y una pieza cilíndrica, llamada *metlapilli*, mano de metate o "hijo del metate" el cual se usa contra el metate para moler los granos y chiles (Diccionario Nahuatl-Español, 2016)

molinos sólo los tienen las unidades que producen grandes cantidades. (Rodríguez y Velasco, 2011).

El primer paso para la producción es la **adquisición de los ingredientes**: Chiles , aceite vegetal, plátano, galletas, pasas, ciruela pasa, nuez, almendra, tortilla de maíz, ajonjolí, chocolate, azúcar, sal yodada, ajo, cebolla y especias (pimienta, clavos y canela) . El, segundo el **descolado y desvenado**; en esta etapa se limpian los chiles de manera manual, retirando el tallo de los chiles y las semillas que están dentro de ellos, así como clasificarlos según su tipo. El tercer paso consiste en el **tostado y freído de los ingredientes** necesarios, lo cual también es de manera manual. El cuarto **el mezclado** de los diferentes ingredientes que dan origen al mole. El quinto es la **molienda**, es decir la trituración de los ingredientes en los molinos. El sexto el **empastado o bien el polvo**; Para el mole en pasta; se agregan aceites especiales que le permiten adquirir esa consistencia pastosa. El séptimo es el **envasado**; el mole en pasta se envasa de una forma manual en cada una de sus diferentes presentaciones. El octavo y último es el **almacenamiento** (Chávez, Figueroa y Rodríguez, 1998). Cabe mencionar que el envasado y almacenamiento sólo lo hacen los grandes productores.

Gran parte de las unidades productivas se distinguen por ser un negocio familiar, donde todos los integrantes “meten mano” para hacer el mole. Con base en el esquema 4, la producción se cataloga como artesanal porque más del 80% de su proceso requiere de procedimientos manuales.

Esquema 3. Proceso Productivo del Mole



Fuente: Elaboración propia

Todo proceso productivo, tiene una clara división del trabajo. En las unidades productivas del mole todos ayudan en alguna fase del proceso pero por lo general un ochenta por ciento de todo el proceso está a cargo de las mujeres por ser las encargadas de la limpieza de todos los chiles, el descolado, desvenado, freír y sazonar. Mientras que los hombres se encargan por lo regular de conseguir las materias primas, la molienda y comercializar el producto.

En síntesis, los habitantes de San Pedro Atocpan encontraron en la elaboración del mole, una estrategia económica fácil de ejecutar y mejorar su estilo de vida. La transición del campo al mole fue satisfactoria para muchos, producto de la transmisión del conocimiento que contaban las mujeres de la cocina mestiza.

Capítulo 3. Organización productiva del mole: un análisis de redes socio-económicas.

El objetivo principal de este capítulo, consiste en realizar un análisis de las redes socio-económicas de la organización productiva del mole. En este sentido, describiremos el origen y evolución de la producción del mole, así como las características generales de los actores sociales que participan en la organización económica y social de la misma. La elaboración de este capítulo se basa en la información obtenida de las entrevistas realizadas a productores de mole, comerciantes de chiles, granos, semillas y especias, molenderos y funcionarios públicos, durante el trabajo de campo que se realizó de Octubre de 2015 a Enero de 2016.

3.1. Origen y Organización de unidades productivas de mole en San Pedro Atocpan

Los antecedentes de la producción del mole en San Pedro Atocpan, se remontan al legado culinario de la cocina mestiza y la trasmisión de recetas, estilos y técnicas para la elaboración del mole, de generación en generación. En un principio, esta actividad sólo se practicaba como parte del aprendizaje de los deberes de las mujeres para la organización de las fiestas patronales y familiares, pero ahora es el secreto de muchas familias productoras de ésta localidad.

La elaboración de mole para la comercialización, tiene más de 50 años en el poblado, sin embargo, el origen de las unidades productivas y comercios dedicados al mole es de aproximadamente 30 años. Gran parte de los productores iniciaron su negocio, preparando en la cocina de sus casas pequeñas cantidades de mole en pasta, con el tiempo la demanda del producto creció y fue entonces cuando decidieron aumentar su producción y emprender el negocio. Con ahorros propios, los productores del mole modificaron un área de su casa para la producción, así también abrieron locales para la venta del mole dentro y fuera de la localidad. Así lo aseguró el señor Juan Méndez:

“Mi madre empezó a salir a los mercados, ella se ponía al lado de los demás negocios y ahí ofrecía su mole, poco a poco creció nuestro negocio y con ahorros de la familia se compró un local en el mercado donde vendemos”.

Cada negocio es fruto del trabajo familiar y ha pasado de generación en generación, algunos de los entrevistados pertenecen a la tercera generación dedicada a la producción del mole y en algunos casos, los hijos y trabajadores se independizaron para crear nuevas unidades productivas.

En la localidad, la mayoría de los comercios del mole se sitúan en la calle Hidalgo, pero no todos los establecimientos lo han hecho así; otros, están establecidos en mercados importantes de la Ciudad de México, tal como el de la Merced, Coyoacán y en la Central de Abasto en Iztapalapa, pero también algunos están situados en el estado de Morelos.

A pesar de la aparente dispersión de los establecimientos, todo el proceso productivo se realiza en la localidad, así que varios productores se desplazan diariamente a otros puntos para su venta.

El principal motivo, para emprender en la producción del mole fue la falta de empleo en la localidad, así lo mencionó Humberto Flores

“La falta de empleo y el querer salir adelante para una vida mejor, fue lo que motivo a mis padres a dedicarse a esto, en aquellos años la situación de San Pedro era muy difícil”.

Gran parte de los entrevistados reconocen que los cambios en su localidad, en sus actividades económicas y en su vida propia se deben gracias a la producción y comercialización del mole, ya que para muchos de ellos, ha sido el motor de mejoramiento de las condiciones de vida, no sólo de sus familias sino de todo San Pedro Atocpan.

Esta actividad ha permitido mejorar los ingresos familiares así como brindar estudios universitarios a los hijos de algunos productores, así también ha favorecido la organización para convertirse en pequeños empresarios.

Por otro lado, toda la localidad se ha visto beneficiada, debido a que una proporción de las ganancias totales (particularmente, el cobro de la entrada a la feria y el estacionamiento) de la Feria Nacional del Mole, es destinada para mejorar y restaurar iglesias, escuelas, parques y plazas públicas¹⁸. Esto se efectúa por medio de acuerdos entre el comité organizador y los representantes de las asociaciones del pueblo; el comité decide que cantidad de dinero se dará para el beneficio de la localidad.

Con el tiempo la situación económica de los habitantes de San Pedro Atocpan ha mejorado, convirtiéndose más recientemente en uno de los llamados Barrios Mágicos¹⁹ de la Ciudad de México, por la belleza de sus iglesias, sus calles empedradas y los restaurantes que ofrecen una gran variedad de moles.

Ahora bien, para entender cómo se organiza la producción del mole es necesario identificar quienes son los actores sociales involucrados en todo el sistema productivo.

¹⁸ En los años veinte del siglo pasado, San Pedro Atocpan mostraba una imagen muy rústica conformada por un pequeño caserío construido con adobe, piedra, zacate y tejamanil. No había agua entubada ni luz eléctrica, por lo que sus habitantes se alumbraban con velas y traían agua de otros sitios. Las características físicas y las condiciones de vida de las familias de Atocpan comenzaron a mejorar cuando se inició el negocio del mole, durante la década de los sesenta (México Desconocido, 2015).

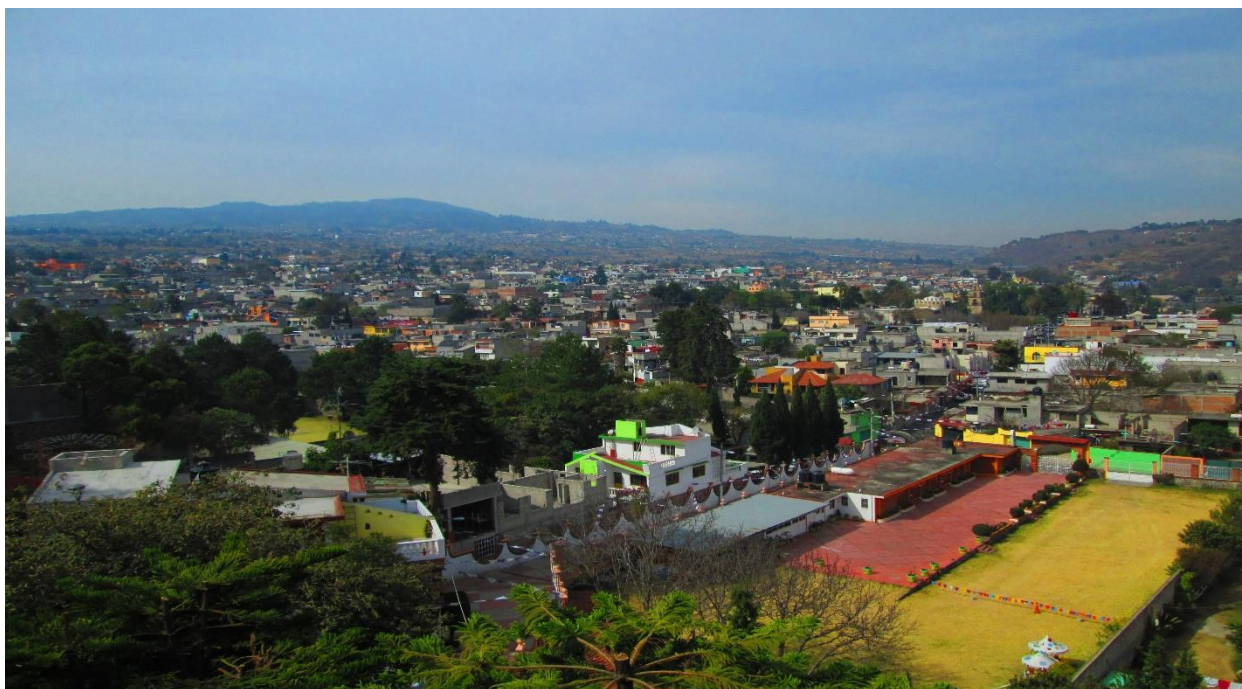
¹⁹ Se les denomina Barrios Mágicos a los lugares que están dentro de la Ciudad de México y cuentan con riqueza arquitectónica, histórica, gastronómica, cultural, y folclórica, que se mezclan con la modernidad (SECTUR, 2015).

Fotografías 1 y 2. San Pedro Atocpan comunidad rural en la década de 1920-1930



Fuente: Museo Comunitario Atocpan

Fotografía 3. San Pedro Atocpan, Barrio Mágico de la Ciudad de México, 2016



Fuente: fotografía propia, 15 de febrero, 2016

3.1.1 Principales actores de la organización productiva del mole

Para entender cómo se organiza la producción del mole es necesario identificar quienes son los actores sociales involucrados en todo el sistema productivo. La organización productiva del mole se basa en cuatro grupos a) productores de mole; b) comerciantes de chiles y especias; c) molenderos y d) funcionarios públicos. Los primeros tres están estrechamente relacionados con el proceso productivo del mole, mientras que el último sólo colabora para la difusión local del producto, así como la vinculación de productores con instituciones públicas.

Productores de chiles

Los principales ingredientes para la elaboración del mole son los chiles y en San Pedro Atocpan no se cultivan ninguno de los que éste lleva. Es por ello, que por más de treinta años, los productores de chile provenientes de los estados de Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes y Guanajuato, comercializan directamente con productores de mole y comerciantes de granos, semillas de chiles y especias de la localidad. Los chiles que se utilizan para elaborar mole y otros adobos deben ser secos²⁰, los que principalmente se utilizan son; mulato, mirasol, ancho, pasilla, guajillo, chipotle y el cascabel. En el mapa 4, presentamos la relación de intercambio entre los estados en donde se localizan los productores de chile y los compradores en San Pedro Atocpan.

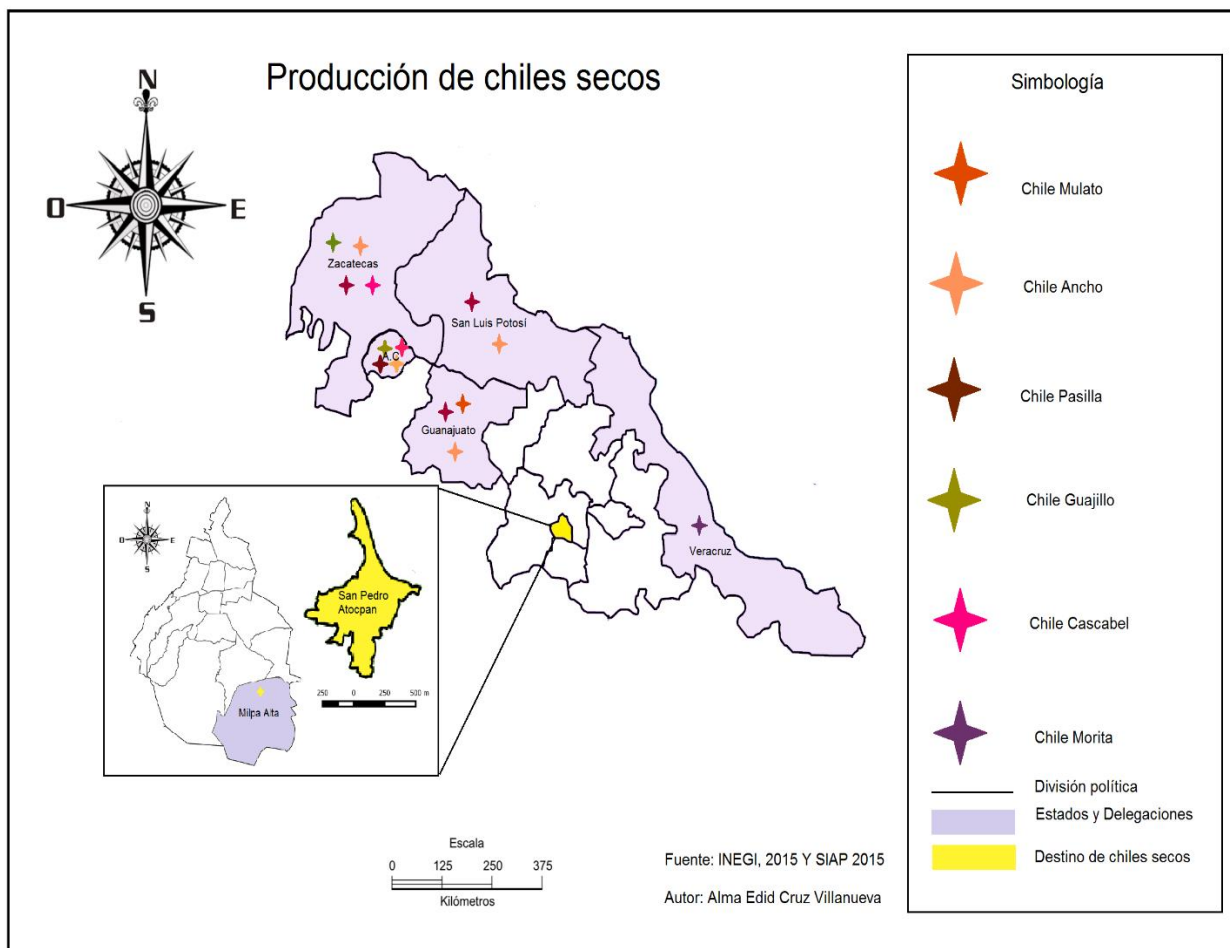
Los productores de chiles comercializan aproximadamente 200 toneladas por mes en San Pedro Atocpan. Los chiles más vendidos son el ancho, pasilla y guajillo y su precio depende según el proceso de secado, pero en promedio el precio de estos chiles es de 80 a 100 pesos por kilogramo (SAGARPA, 2015), la variación de los

²⁰ El término “chile seco” se refiere a una gran variedad de chiles que se dejan madurar y deshidratar. Cuando maduran, algunos chiles se hacen curvos y toman un color rojo o amarillo, debido a la presencia de ciertos pigmentos.

Los chiles se secan al sol o en plantas deshidratadoras. El secado en máquinas es rápido, los chiles se ponen a una temperatura de 70°C durante treinta horas, mientras que el secado al sol dura de diez a veinte días, dependiendo de la intensidad del sol y la temperatura. (SIAP, 2015).

precios dependen de la temporada, de situaciones medio ambientales que afectan la cosecha y la relación entre oferta y demanda.

Mapa 4. Estados productores de Chiles secos para la elaboración del mole



Fuente: Elaboración propia con base en los datos de INEGI Y SIAP, 2015

Comerciantes de granos, semillas chiles y especias

Los comerciantes de granos, semillas, chiles y especias, son pocos en la localidad, solo se identificaron 29 establecimientos (DENUE, 2015). Sin embargo, gran parte de estos también se dedican a la producción del mole, aunque en menor medida. Este grupo se dedica a vender todos los ingredientes que se requieren para el mole y otros productos, obtienen su mercancía directamente con productores de chiles y en la Central de Abasto de la Ciudad de México. A pesar de que el chile es el ingrediente principal para elaborar mole, no es la materia prima que más vende este grupo, sino los ingredientes restantes como la canela, piñón, almendra, nuez, plátano, tortilla, galleta y pan tostado.

Molenderos

Los molenderos son un grupo importante para culminar el proceso productivo del mole y es el más pequeño, tanto en establecimientos como en el número de personas que trabajan en éstos, según el DENUE. En la localidad sólo están establecidos 13 molinos, en los que trabajan aproximadamente de 30 a 45 personas en total. Los molenderos son los dueños de molinos donde se maquilan todos los ingredientes para el mole. El auge de estos negocios se genera a finales de los años ochenta y principios de los noventa; algunos de ellos emprendieron sus negocios gracias al apoyo económico proporcionado por la Delegación Milpa Alta en 1992, para la compra de molinos.

Su servicio es ofrecido a los productores de mole que no cuentan con maquinaria propia. Para realizar la molienda existen dos tipos de molinos, uno de piedra y otro de turbinas, la tecnología de esta maquinaria es básica y aún requiere del trabajo manual de los molenderos para concluir el proceso. En promedio en cada molino trabajan de 1 a 3 personas, generalmente sólo trabaja el dueño, y cuando es temporada alta se contrata personal. Los molenderos maquilan entre 800kg a 1 tonelada a la semana, cuando es temporada alta ésta cantidad puede duplicarse.

La textura y el precio de cada maquila depende del molino utilizado, por ejemplo si el cliente requiere un mole perfectamente molido, este debe procesarse en el molino de piedra, pero si lo quisiera granulado debe procesarse en el molino de turbinas. La molienda en piedra se cobra al doble que en la de turbinas, ya que el proceso tarda más tiempo y en ocasiones es necesario procesarlo dos veces. El precio en el molino de piedra es de 6 a 8 pesos por kg y el de turbina es de 3 a 4.5 pesos por kg.

Productores de mole

El grupo de productores de mole es el más grande, dentro de la localidad hay 54 comercios censados por el DENU, pero existen más productores que no están identificados en los censos porque trabajan dentro de sus casas. El trabajo de los productores consiste en la compra y almacenamiento de materias primas, limpieza y descolado de los chiles, preparación de todos los ingredientes del mole, llevar a moler la maquila o molerla ellos mismos si es que cuentan con maquinaria, y la comercialización del producto. En este negocio trabaja toda la familia y cada una se rige según sus normas, en la mayoría de las unidades productivas no existe una clara división del trabajo, más bien predomina el rol de labores.

El rol de labores consiste en ayudar, si es posible, en cada una de las fases del proceso productivo del mole, así como en la comercialización del producto. Por lo regular, dos o más miembros de la familia participan en el descolado, limpieza, fritura y sazonado de los chiles y especias, pero cuando han terminado deben ayudar en cualquier otra fase de la producción. Cabe mencionar, que algunas actividades son asignadas según el género. Generalmente las mujeres deben encargarse de la fritura y sazonado de los ingredientes, esto es porque son ellas las que poseen el conocimiento de la receta, mientras que los hombres se dedican al manejo del molino y las compras de la materia prima. En cuanto a la comercialización del producto, todos los integrantes de la familia deben estar involucrados. Al respecto, Lidia Martínez comentó lo siguiente:

“siempre hay que hacer aquí, si ya acabaste de una tarea debes ayudar en otra, esto es para facilitar el trabajo de todos, ya que es nuestro propio negocio, pero por ejemplo, nosotras no molemos, porque es un trabajo muy pesado de eso se encargan los hombres. Nosotras nos dedicamos más a la elaboración y a atender a los clientes”.

Por otro lado, en cuanto al empleo, sólo los miembros de la familia son los que pueden garantizar su trabajo todo el año, mientras que el personal contratado cuenta con trabajo sólo en temporadas altas. Durante las temporadas bajas laboran por algunas semanas y después deben buscar otras opciones, ya sea con otro productor u otra actividad. Los empleados están informados de estas condiciones laborales y aceptan, no firman ningún contrato y su acuerdo se da por medio de relaciones informales entre empleado y patrón.

Las familias productoras de mole, buscan personal para la molienda, promoción y degustación del producto. Se emplean a hombres jóvenes y adultos para la molienda, y a mujeres con un rango de edad entre los 18 a 35 años para la promoción y degustación. La mayoría, son originarios del Estado de México, en menor medida del estado de Morelos, San Pedro Atocpan y otros poblados vecinos.

En San Pedro Atocpan se identificaron dos tipos de productores, a los que llamaremos productores dependientes y productores independientes. Los primeros se caracterizan por producir en pequeña escala, comercializar el mole fuera de la localidad y dependen de otros para efectuar su producción. La compra de materias primas la hacen con los comerciantes de chiles, granos y especias y maquilan con los molenderos de la localidad. Los segundos se caracterizan por producir en mayores cantidades en comparación con los primeros y no dependen de ningún otro actor social de la localidad. Este grupo sólo se relaciona con productores de chile y en ocasiones con funcionarios públicos. Ellos cuentan con suficiente materia prima

y un molino propio, su organización se limita a la familia y trabajadores, se relacionan poco con otros productores de mole, pero en ocasiones pueden moler y vender materia prima a otros productores de la localidad.

Funcionarios públicos e instituciones.

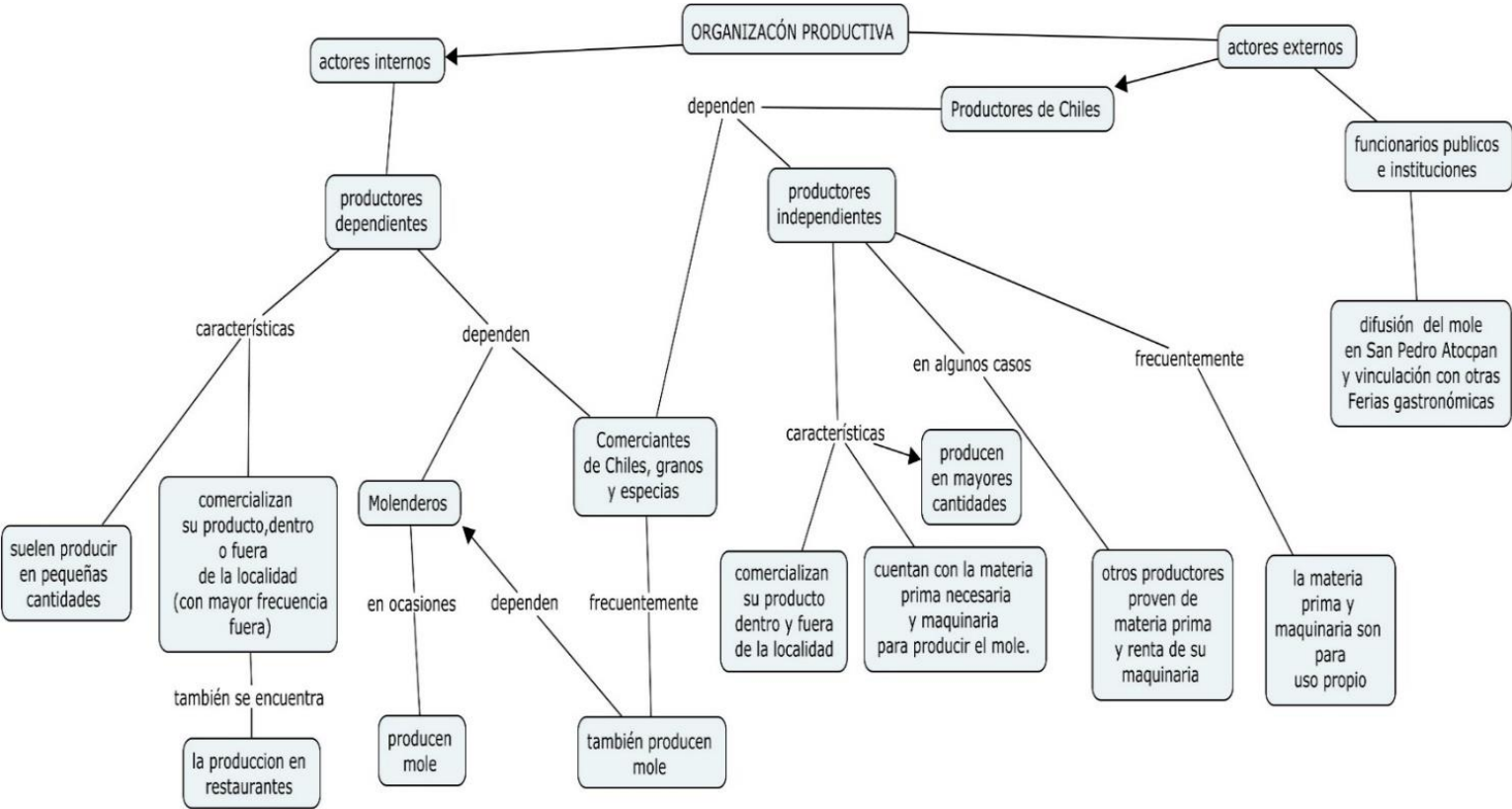
Este grupo a pesar de que no participa en ninguna etapa de la producción, desempeña un papel importante para la difusión de la venta local y nacional del mole. La Delegación Milpa Alta junto con el comité organizador de productores realizan la Feria Nacional del mole; la Delegación contribuye con apoyo logístico, acondicionamiento del terreno, dotación de agua, luz eléctrica, iluminación e instalación de módulos para restaurantes, puestos, escenarios y sanitarios.

En esta Feria, se ofrece la gran variedad de moles que se producen en San Pedro Atocpan, aunque el principal objetivo es dar a conocer el producto y venderlo. También ha sido una buena oportunidad para fomentar el turismo en Milpa Alta. En la clausura de la Feria del 2015, el jefe de la unidad departamental de Promoción Turística, Saúl Ríos Flores, informó que la feria recibe más de 500 mil visitantes. Por lo tanto, ésta es una de las celebraciones más importantes de la demarcación, con implicaciones económicas muy favorables para los habitantes de San Pedro Atocpan (Delegación Milpa Alta, 2015).

Por otro lado, desde 2008 la dependencia local apoya a la Feria Nacional de Mole con la difusión y vinculación de los productores con otras instituciones, a fin de que pudieran vender sus productos. En la conferencia de prensa, en Octubre del 2015, Elba Rojas, Subdirectora de Proyectos Especiales y Vinculación Comercial, comentó que la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades (SEDEREC) apoya los proyectos productivos con el programa Cultura Alimentaria, Artesanal, Vinculación Comercial y Fomento a la Interculturalidad y Ruralidad del gobierno capitalino (Delegación Milpa Alta, 2015). Cabe mencionar que pocos productores de mole están informados del proyecto, y también pocos pueden beneficiarse, ya que la mayoría de los mismos se hallan en la informalidad.

Por último, es necesario mencionar que las labores de los comerciantes de granos, semillas, chiles y especias, molenderos y productores de mole pueden combinarse, es decir, tienden a realizar labores de otro grupo si está en sus posibilidades, por ejemplo: Un productor de mole también se dedica a vender chiles y especias, y si tiene una maquinaria también puede maquilar a otros productores. En el caso de los molenderos, cuando no hay suficiente trabajo, producen pequeñas cantidades de mole y salen a vender. Aunque también existen productores que se caracterizan por una organización productiva autosuficiente es decir, no requieren de la intervención de ningún otro actor involucrado en el proceso de producción del mole, ni de su comercialización. El siguiente esquema presenta de manera sintética la organización de la producción del mole, las funciones de cada grupo, y las relaciones de un grupo con otro.

Esquema 4. Organización productiva del mole en San Pedro Atocpan

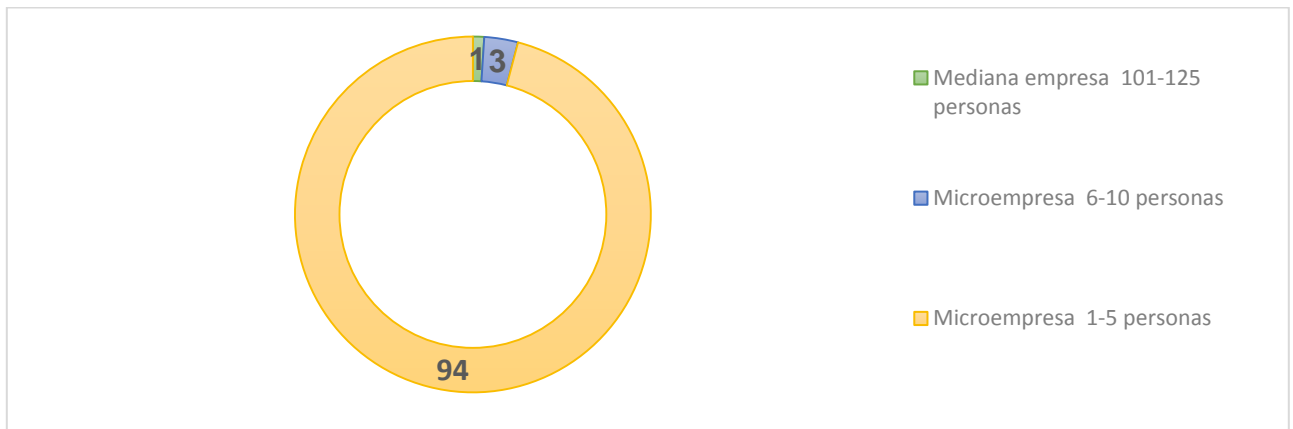


Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Características de las empresas

Con base en los criterios de clasificación del INEGI por tamaño de las empresas²¹, en San Pedro Atocpan sólo existe una mediana empresa (1%) y 53 son microempresas (99%), éstas a su vez, se distinguen entre ellas por el número de empleados, el 3% están conformadas de entre 6 a 10 empleados y el 97% está conformada de entre 1 a 5 empleados. En el grafico 2 se clasifican dos tipos de microempresas, dado que, el número de empleados está asociado con la producción; si esta es mayor, se requiere de la contratación de empleados, pero si no es así, se mantiene el trabajo de los miembros de la familia. Las microempresas en San Pedro Atocpan son sobresalientes e importantes porque generan gran parte del empleo en la localidad.

Grafico 2. Porcentaje de Mipymes dedicadas a la producción del mole en San Pedro Atocpan



Fuente: Elaboración propia con base en DENUE, INEGI, 2015

²¹ Los criterios utilizados por el INEGI (2009) para clasificar a las empresas en micro, pequeñas, medianas y grandes se definen por el número de empleados, el total de ventas anuales, los ingresos y activos fijos. El primero es el más importante y sirve para clasificar los establecimientos; los restantes se consideran como elementos complementarios. Son consideradas microempresas aquellas que ocupan hasta 15 personas y registran un valor de sus ventas netas hasta de 30 millones de pesos al año; pequeñas las que emplean hasta 100 personas y sus ventas no rebasan los 100 millones de pesos al año; medianas las que emplean hasta 250 personas y sus ventas ascienden a 1 100 millones de pesos.

En lo que concierne al registro legal de las empresas, 2% se encuentra registrada como grupo empresarial, 2% como sociedad cooperativa, 5% como sociedad anónima y el resto 91% no están registradas (DENUE, 2015). Con relación a estos datos, observamos que gran parte de las unidades productivas no cumplen con los requerimientos para operar como una empresa formal. Esto se debe a las prácticas de evasión de impuestos por parte de los productores, pero también algunos no se legalizan porque sus unidades son muy pequeñas y generalmente operan en sus casas. Además, en algunos casos estas empresas apenas sobreviven, trabaja toda la familia y no reciben un sueldo fijo. Por lo tanto, pagar impuestos sería insostenible para ellas.

Por otro lado, 70% de los productores ya cuentan con una marca registrada y de estos sólo 18% envasa su producto, pero 87% del total de los productores venden su producto a granel (Delegación Milpa Alta, 2016). La elaboración del mole implica mucho trabajo pero su proceso no necesita de un área de trabajo grande, es por ello que los productores aprovechan un área de sus casas para producir; la unidad productiva solo necesita de un par de cuartos para almacenar y limpiar la materia prima y otro para preparar los ingredientes y moler, en cuanto a los que empaacan necesitan de otro cuarto pequeño para envasar. Los que producen a menor escala, normalmente utilizan las cocinas de sus casas.

En síntesis, en San Pedro Atocpan hay una gran heterogeneidad de productores, que no sólo se diferencian por su receta, sino también por la escala en que producen, la calidad del producto y su precio, variedad (tipos de mole), modo de producir, número de empleados y la legalidad de las empresas. Todos estos factores les han permitido o dificultado introducir su producto en otros mercados y obtener otros beneficios, como préstamos o subsidios por parte de instituciones públicas. Aunque cabe destacar que también influyen las características de la organización de cada uno de ellos, así como la capacidad de inversión e innovación que tengan para mejorar la producción y comercialización de su producto.

3.1.3 Tipos de organización y vinculación al mercado

En San Pedro Atocpan identificamos familias con negocios prósperos, negocios estables y otros que apenas sobreviven. La heterogeneidad entre productores se debe a la organización interna de las unidades productivas, es decir, cómo operan, que tipo de decisiones y estrategias realizan para mejorar la producción y comercialización del mole.

La organización de cada unidad productiva, es tan diversa como la variedad de moles que se producen en San Pedro Atocpan. A través de las respuestas de los entrevistados, identificamos tres tipos de organización interna diferenciadas por; objetivos, metas, recursos humanos y materiales con los que cuenta cada productor.

Con base en las características de cada unidad productiva, generamos la siguiente clasificación.

a) Organización interna dinámica; se caracteriza por mejorar constantemente su producción y comercialización a través de estrategias de cambio, en las que se incluye; producción, producto y presentación para la venta. Por ejemplo, calidad del producto, envasado, etiquetado, variedad de moles, innovación en la receta, creación de nuevos moles y la apertura comercial de productos complementarios al mole.

b) Organización interna estática; se caracteriza por mantener las estrategias de producción y comercialización con las que iniciaron en el negocio. Mantienen su producción con la receta original de la familia, tienen poca variedad de moles y no envasan ni etiquetan el producto. No hacen cambios, porque se sienten satisfechos con sus ventas.

c) Organización interna inestable; se caracteriza por la carencia de estrategias de producción y comercialización, producen poco y su variedad se limita a dos o tres tipos de moles porque desconocen otras recetas. Estos productores venden a granel y la comercialización del producto la llevan a cabo en los mercados populares y tianguis de la Ciudad de México. El

principal motivo por el cual no han logrado mejorar su negocio, es porque sus ganancias son insuficientes para invertir en materias primas de calidad y maquinaria, lo que, los hace poco competitivos en el mercado. Sin embargo, la mayoría de estos productores pretenden mejorar y algunos reconocen que deben hacer cambios para lograrlo.

El éxito o el fracaso del negocio se basa, según los productores, en la constancia, aprendizaje y en los cambios que se deban hacer para mejorar. Magali Alvarado adjudicó el éxito de su empresa, a los cambios que han hecho a lo largo de su historia productiva y comentó:

“Nuestro trabajo se mantiene, gracias al esfuerzo de cada uno [...] cuando mis abuelos empezaron, era un negocio pequeño [...] recuerdo que los primeros cambios que ellos hicieron fue establecer la venta del mole en los locales. Ahora, nosotros, las nuevas generaciones tenemos otras formas de pensar, de vender y hasta de producir. Algunos de los productores ya tenemos una marca registrada, envasamos y distribuimos a varios lugares de la República. Por ejemplo, nuestra empresa decidió ampliar la variedad y calidad de nuestros productos y esto nos ayudó a trabajar en otros mercados poco explotados y ha funcionado, nosotros ya estamos exportando mole Gourmet a España...”

Aunque la mayoría de los productores trabaja diariamente, les resulta muy difícil si no es que imposible mejorar su producción y su producto. Las principales causas por las cuales no prospera el negocio, es la competencia, la variación de los precios entre productores y falta de capital para invertir.

La competencia

Gran parte del mole que se produce en San Pedro Atocpan, se comercializa a granel dentro de la localidad y en la Ciudad de México. Los pedidos se distribuyen con clientes de la Central de Abastos, en mercados populares y tianguis de toda la Ciudad de México. Este mercado es el más saturado ya que el 87% los productores vende en esos sitios, por lo tanto las ventas disminuyen.

Variación en los precios del mole

Este aspecto, tiene relación con la calidad del producto, dado que, el precio del chile es elevado, algunos productores han decidido producir mole de menor calidad, con el fin de reducir costos de producción y tener precios accesibles. Estos sustituyen algunos ingredientes y procesos. Los productores que están en contra de esta estrategia mantienen su receta y precio, pero suelen tener menos clientes, ya que algunos consumidores creen que están abusando en el precio.

Falta de capital

Para mejorar su competitividad, algunos productores han invertido en maquinaria para la molienda, empaques y etiquetado. La presentación del producto es un factor principal para su venta, los que han realizado estos cambios (13%) abrieron nuevos mercados y mejoraron sus ventas. Por lo regular, los que empaican y etiquetan su producto brindan mayor variedad de moles y otros productos. Mientras que el restante 87 % de los productores vende su producto a granel, y a pesar de que muchos de ellos aspiran a mejorar la presentación de su producto, sus ventas no son altas, lo que les ha impedido invertir. Sin embargo, otros productores, creen innecesario mejorar la presentación de su producto.

Por lo tanto, la organización interna de la producción del mole, depende en gran medida, de las posibilidades económicas que tenga cada productor, así como, de las estrategias que generen para mejorar su producción, producto y comercialización.

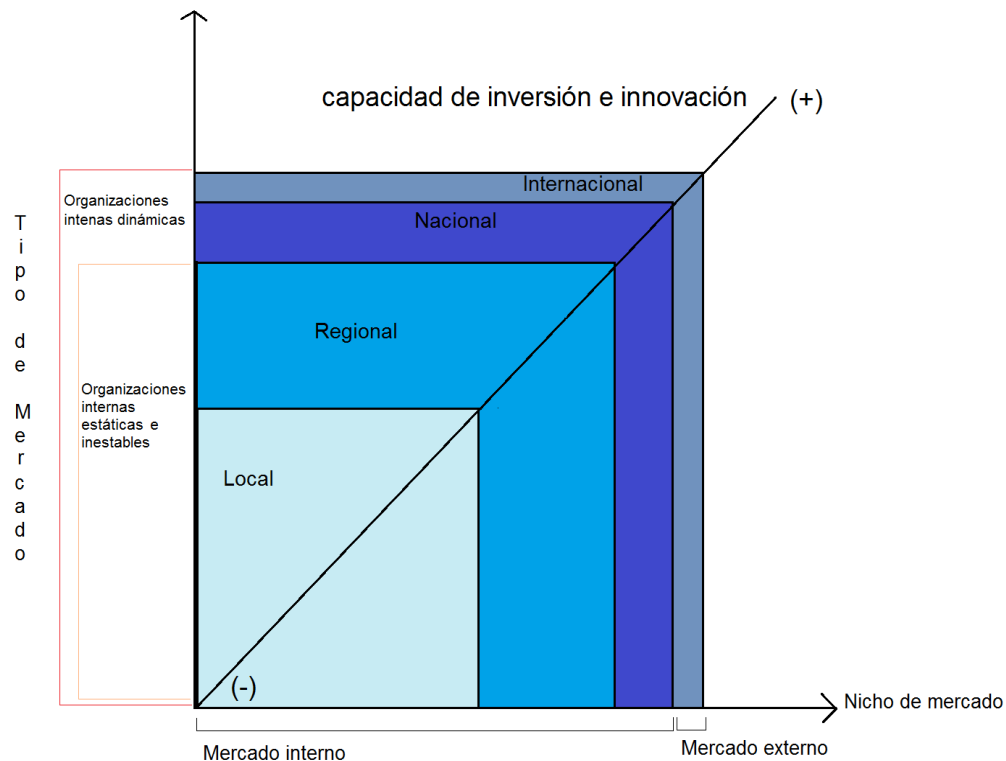
La estrategia más efectiva, que han implementado los productores para mejorar sus ventas, ha sido ampliar la variedad de moles. En San Pedro se creó el mole almendrado y en los últimos años han innovado, creando moles de sabores, entre ellos están: el mole de manzana, mole extra chocolate, mole de piñón, mole de mandarina, mole de frutos secos, doble ajonjolí, etc. También están los moles bajos en grasa y picor que evitan malestares estomacales y por último, el mole gourmet²².

El mole gourmet, lo elaboran pocos productores de la localidad, ya que para su elaboración se requiere de materias primas seleccionadas y de primera calidad, así como buenas prácticas de manufactura. Además, para su venta es necesario que el productor tenga acceso a una red comercial de tiendas y restaurantes que consuman ésta clase de productos. Magali, mencionó que logró insertar el mole gourmet en el mercado, gracias a que su esposo es chef y promueve el producto en ferias gastronómicas y restaurantes. Ahora su producto lo distribuye en tiendas departamentales como Sanborns, restaurantes mexicanos y en España.

En síntesis, las características de la organización interna de cada unidad productiva permiten mejorar o no su producción y comercialización. El siguiente esquema representa el tipo de mercado al que logran vincularse los productores, según su organización interna.

²²Los alimentos gourmet son elaborados con ingredientes seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de las propiedades organolépticas (olor, sabor y textura en boca) (Real Academia Española, 2015).

Esquema 5. Tipo de mercado al que se vinculan los productores de mole



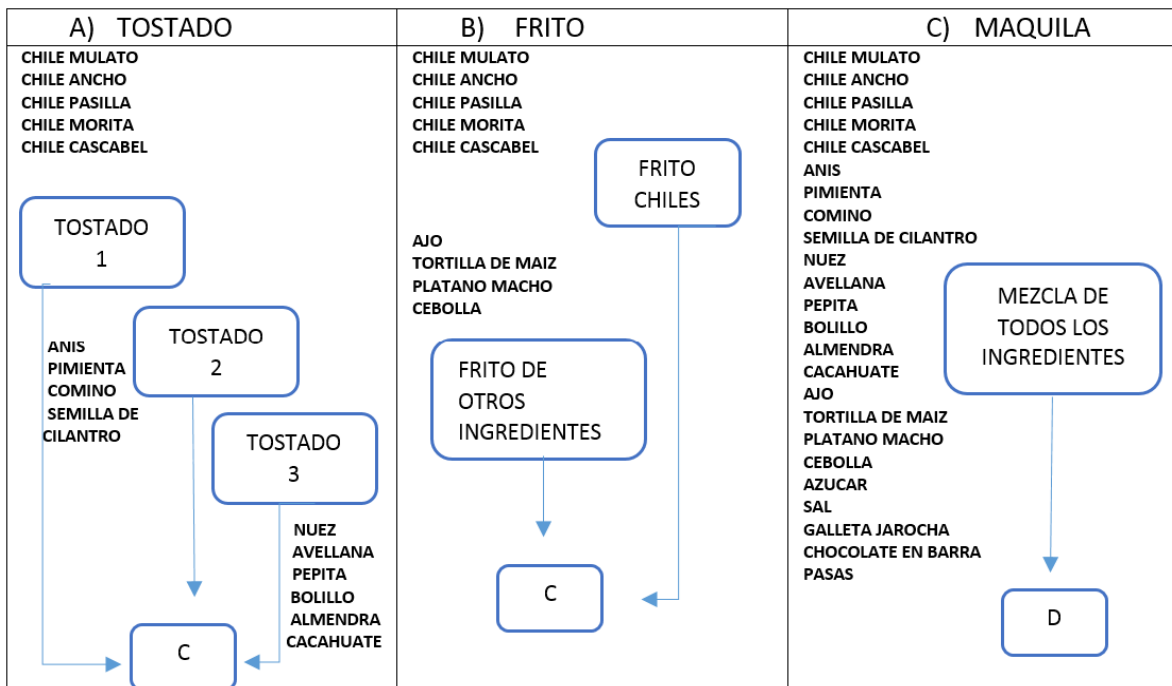
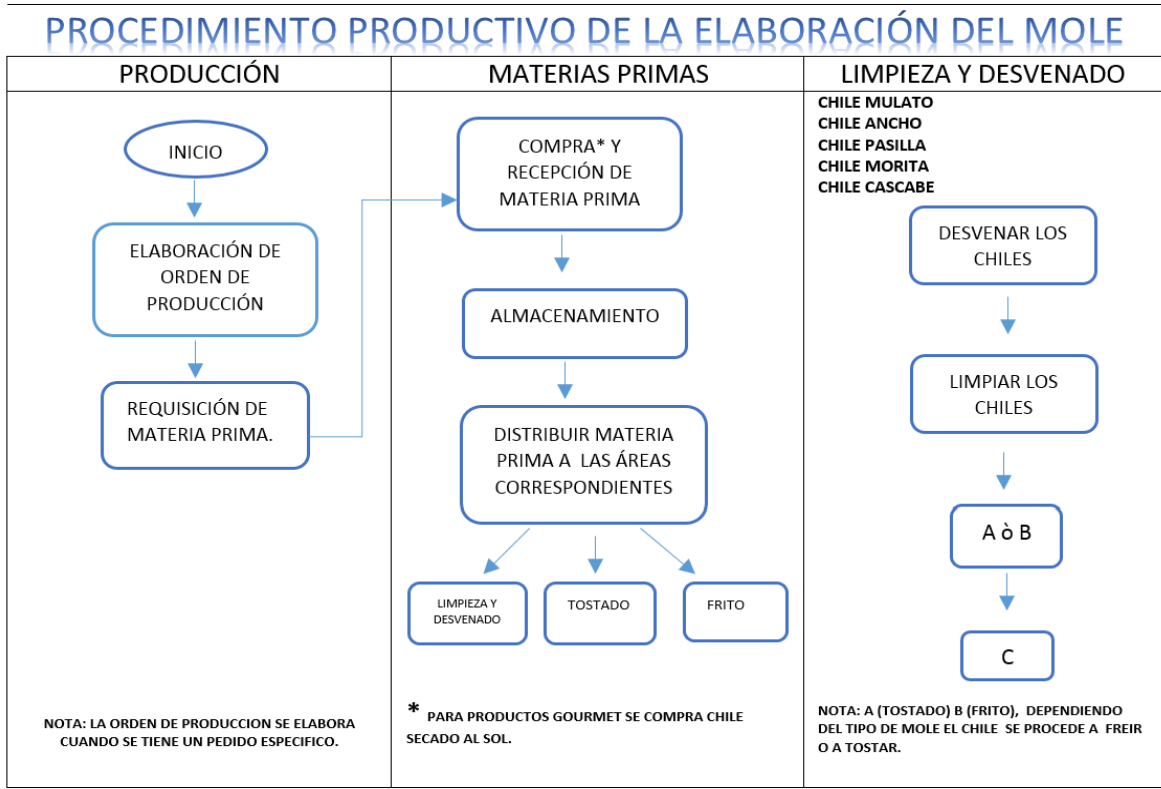
Fuente: Elaboración propia

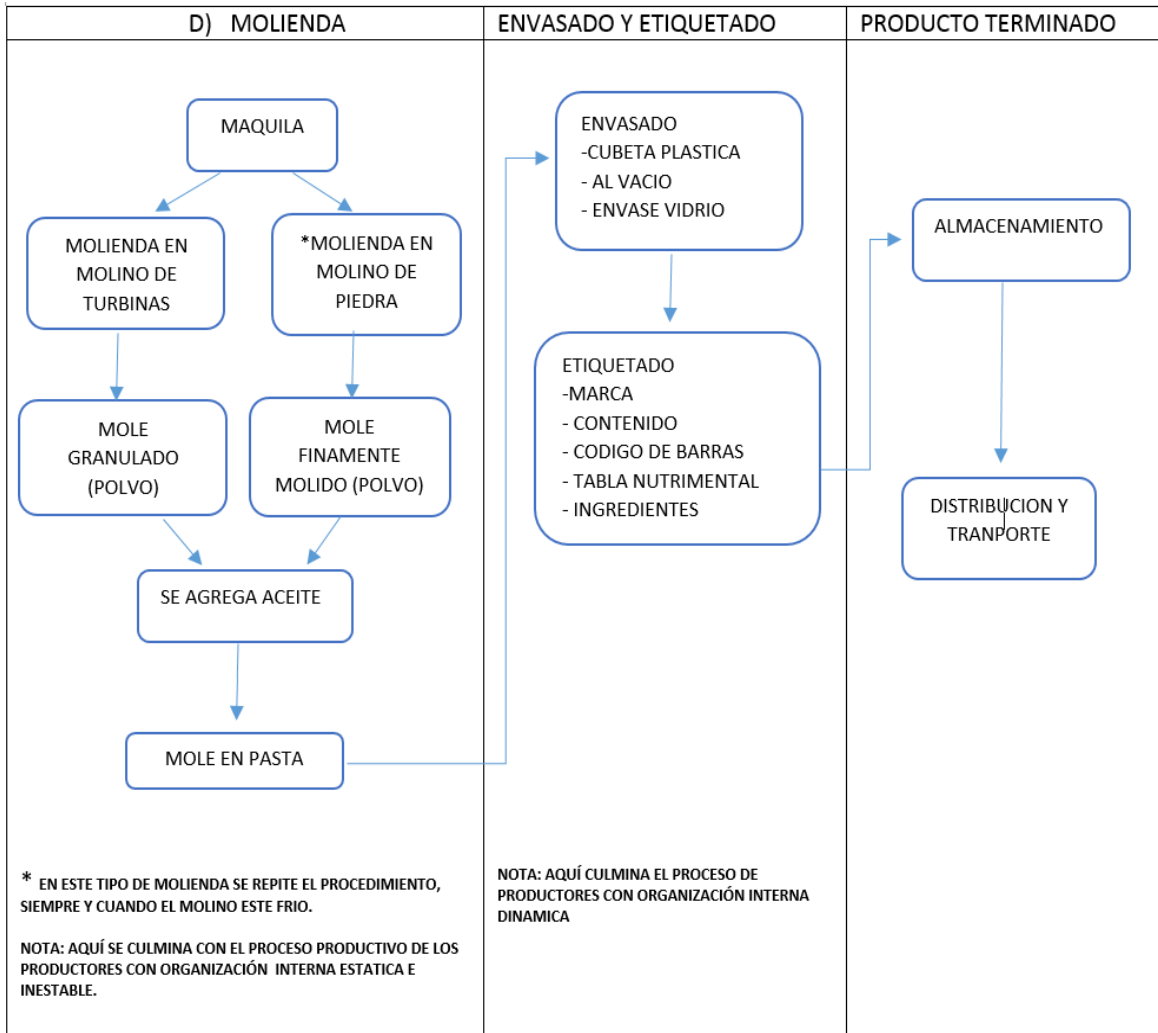
3.1.4 Proceso productivo

La elaboración del mole se realiza por medio de un sistema de producción intermitente. Este tipo de producción se caracteriza por la organización de lotes, es decir se elabora una determinada cantidad de producto con las mismas características. Al momento que se agota el producto y se requiere más se elabora el siguiente lote. Otra característica es, que se utiliza la misma maquinaria para producir diversos productos(s/a, 2015).

La elaboración del mole es intermitente porque se designa un día para comenzar la producción y hasta que el productor lo ve necesario se produce más mole. La maquinaria para el proceso productivo, sirve para elaborar cualquier variedad de mole.

Esquema 6. Diagrama de flujo del proceso de producción del mole





Fuente: Elaboración propia

Fotografías 4 y 5. Cocina donde se preparan todos los ingredientes para la elaboración del mole



Fotografías 6 y 7. Molienda



Fuente: fotografías tomadas en la visita a Moles Don Luis, 15 de febrero 2016.

3.2 Redes socio-económicas en la producción y comercialización del mole

El análisis de redes socio-económicas, es una forma práctica para entender el comportamiento de las organizaciones productivas. Como hemos mencionado antes, la vida económica se conforma por las prácticas sociales, en las que de manera paralela a la competencia, destacan la enseñanza, el aprendizaje, la cooperación y la confianza.

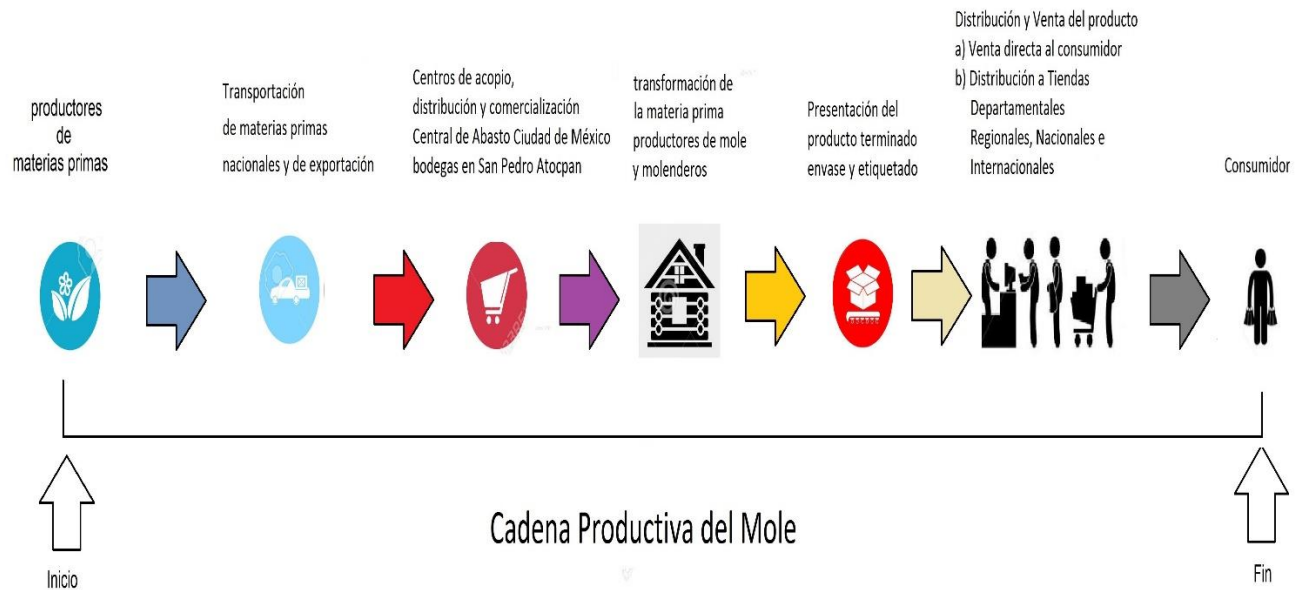
Para analizar las redes socio-económicas conformadas en la organización productiva del mole, es necesario conocer la red más importante, la cadena productiva. De ésta se derivan, las redes de conocimiento y aprendizaje, las redes de adquisición de materias primas, subcontratación, las redes de difusión, distribución y comercialización del producto.

3.2.1 La cadena productiva del mole

En términos generales, la cadena productiva se caracteriza por conjuntar agentes económicos alrededor de la producción de un bien o servicio y que van desde los productores de materias primas hasta el consumidor final. Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, los cuales se conforman por actores económicos con funciones específicas dentro del proceso productivo (Isaza, 2011).

En el caso de la cadena productiva del mole, el primer eslabón lo componen los productores de la materia prima que se requiere para su elaboración; en el segundo los transportadores de la materia prima a centros de distribución y venta; en el tercero los comerciantes de las materias primas; en el cuarto los encargados de transformar la materia prima en un producto; en el quinto, la compra de insumos para el envase y etiquetado del producto; en el sexto los distribuidores y comercializadores; en el séptimo y último, los consumidores. El siguiente esquema explica la cadena productiva del mole.

Esquema 7. Cadena productiva del mole



Fuente: Elaboración propia

Las redes que identificamos en la cadena productiva se caracterizan por relaciones de tipo horizontal con lazos fuertes y relaciones verticales con lazos débiles. Las primeras están asociadas con la transformación de las materias primas, es decir con la elaboración del mole, mientras que las segundas se vinculan con la adquisición de materias primas, subcontratación de servicios y comercialización del producto.

3.2.2 Redes con relaciones horizontales y lazos fuertes: trasmisión de conocimientos y aprendizaje colectivo.

Las redes se construyen en territorios concretos, por medio de agentes socioeconómicos que manifiestan estrategias territoriales comunes. Desde este punto de vista, es importante reconocer que los productores de mole de San Pedro Atocpan han construido estrategias económicas de producción y comercialización en relación con las características socio-culturales ancladas en el territorio. Por lo

tanto, las costumbres, los valores e intereses, influyen de manera significativa en su entorno laboral. Las redes horizontales que se tejen en la organización productiva del mole se basan en la colaboración, cooperación y confianza sólo familiar. Fuera del entorno familiar, la confianza y la cooperación tiende a perderse. Ya que, no es parte de los intereses de los productores establecer vínculos con otros productores, más bien pretenden proteger cualquier información acerca de su producción, con el fin de competir mejor en el mercado. Además del hecho, de que al cooperar creen que pierden autoridad en su negocio.

La producción del mole ha perdurado en San Pedro Atocpan por más de 40 años, gracias a la red de conocimiento y aprendizaje que han tejido sus habitantes, al paso de los años. La red de conocimiento y aprendizaje empezó a construirse a través de la cooperación. Esto sucedió cuando voluntariamente se reunían mujeres para los preparativos de la fiesta patronal del pueblo; las mujeres con experiencia enseñaban a sus hijas, sobrinas, nietas y vecinas a preparar el mole. El conocimiento “tácito” de aquellas mujeres se difundió de manera colectiva y especializó a San Pedro Atocpan en la molienda y elaboración de moles.

La red de conocimiento y aprendizaje se sigue construyendo, pero de forma diferente. Al convertirse la elaboración del mole en una actividad económica importante para los habitantes de esta localidad, se han incorporado otros conocimientos y otras prácticas organizacionales para mejorar la producción y comercialización. Sin embargo, la trasmisión de conocimientos, no se difunde como en un principio, pero si con el mismo sentido (asociados a los valores, costumbres e intereses). Así como, se reunían las mujeres de San Pedro para aprender a elaborar el mole, con el propósito de cooperar para la celebración del santo patrono, que los identifica y une como comunidad, de modo similar las familias cooperan porque forma parte de su sustento y desarrollo económico. Por esta razón la red de conocimiento y aprendizaje se limita a la familia y trabajadores de cada unidad productiva. Esta decisión, es una estrategia económica que tiene como objetivo proteger el nuevo conocimiento y mejorar la competitividad del producto en el mercado.

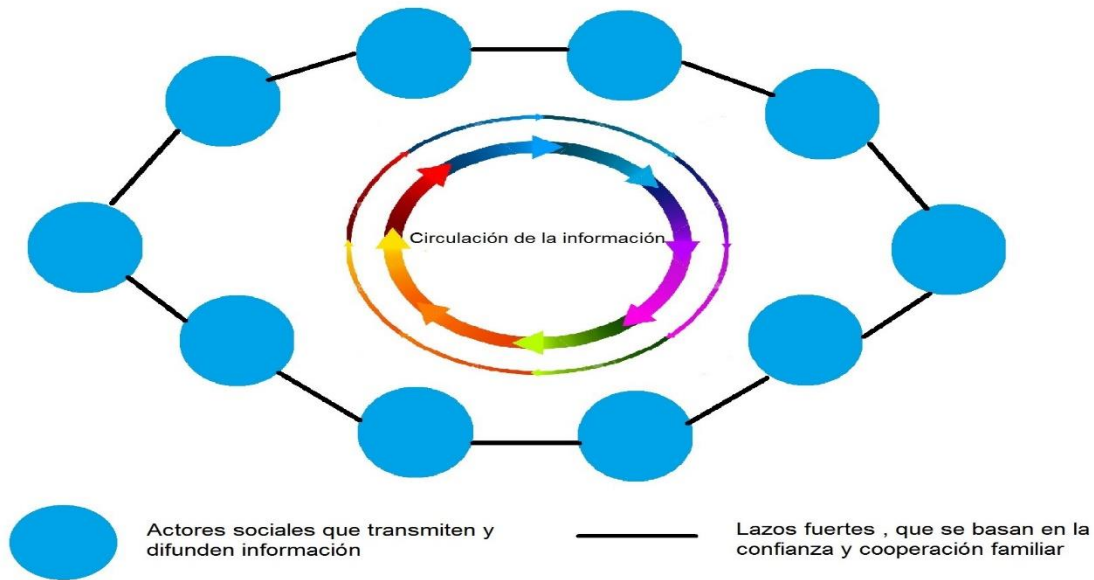
Esta red se caracteriza por relaciones horizontales informales sustentadas en la confianza y en los valores familiares. Los productores de mole declaran que guardan secretamente las recetas, porque esto les permite ser auténticos. Por lo cual, la receta sólo se trasmite a familiares y amigos, porque confían que no la difundirán a otros, ya que esto les permitirá prevalecer en el mercado. Sin embargo, observamos que cuando las microempresas tienen trabajadores, estos aprenden y conforman una nueva unidad productiva en la que tienden a utilizar la receta que aprendieron. Así es como aprendieron el oficio los padres de la señora María Medina, ella comentó:

“Mis padres llegaron a San Pedro Atocpan, cuando yo era muy pequeña y empezaron a trabajar con una familia que producía mole, ahí aprendieron y después pusieron su propio negocio, y pues ahora seguimos haciendo mole como lo hacía aquella familia, porque era su receta [...] si hemos agregado y quitado algunas cosas pero nos apegamos lo más posible a como aprendieron y me enseñaron mis padres”

Los lazos de esta red se distinguen por ser fuertes, ya que la información sólo se trasmite entre los familiares y algunos amigos. La información se difunde y suele ser repetitiva, salvo que alguno de los integrantes de la red pertenezca a otras redes e incluyan nueva información, la cual se difundirá entre los integrantes de la misma. Por ejemplo, las nuevas generaciones con formación profesional, relacionada al ramo, usan los conocimientos adquiridos para innovar la producción y distribución del mole, pero sólo se difunde en el núcleo familiar. El siguiente esquema ilustra el comportamiento de esta red.

Esquema 8. Comportamiento de la red de transmisión de conocimientos y aprendizaje

Redes Socio-económicas con relaciones horizontales



Fuente: elaboración propia con base en Granovetter, citado en Herreros, 2002.

3.2.3 Redes con relaciones verticales y lazos débiles: adquisición de materias primas e insumos, subcontratación, difusión y comercialización.

Las redes verticales con lazos débiles son escasas en la organización productiva del mole. Sin embargo, todos los actores sociales establecen este tipo de redes de alguna manera, dependiendo de las tareas o funciones que desempeñan en la organización de la producción.

a) Adquisición de materias primas e insumos

La red más importante de este tipo, gira en torno a la adquisición de materias primas, ya que ninguno de los ingredientes del mole se cultiva dentro de la localidad.

La red de comercialización de chiles, conformada por los productores de los estados de Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes, Guanajuato y Veracruz, ha

favorecido tanto a estos, como a los comerciantes de chiles, granos, semillas y especias y a los productores de mole de San Pedro Atocpan.

Los productores de chiles se benefician porque han establecido un mercado importante en San Pedro Atocpan, donde distribuyen aproximadamente 200 toneladas al mes. Asimismo, a los comerciantes de chiles, granos, semillas y especias y productores de mole les beneficia esta red de comercialización, puesto que los chiles, se compran a un menor precio y mejor calidad. El precio proporcionado por productores de chiles es más bajo en comparación con el precio de los distribuidores de la Central de Abasto de la Ciudad de México. La calidad del chile es mayor; tienen mejor forma, textura, olor y sabor. El chile es transportado hasta el almacén de los clientes, por lo cual, no gastan en flete ni en tiempo para la compra de esta materia prima.

La relación comercial entre estos actores es informal y el grado de confianza entre ellos es poco o nulo, ya que la materia prima debe pagarse en efectivo, pocos son los productores de chiles que ofrecen créditos, al menos que tengan una relación familiar o amistosa con los compradores en San Pedro Atocpan.

La red de adquisición de otras materias primas e insumos la establecen los productores de mole con comerciantes de la Central de Abasto y fabricantes de la Ciudad de México. La compra se efectúa con comerciantes conocidos que ofrecen un buen precio y calidad en los productos, o bien, algunos prefieren cotizar precios con varios comerciantes, y hasta que encuentran la mejor oferta, efectúan la compra. En cuanto a los insumos para envasar y etiquetar, tales como; envases de plástico, bolsas, cubetas, frascos de vidrio, y cajas entre otros productos, los productores realizan sus compras con los fabricantes o comercializadores que están situados dentro de la Ciudad de México.

b) Subcontratación de servicios

La red de subcontratación de servicios se establece entre productores de mole y molenderos. Los productores de mole contratan los servicios de los molenderos para concluir su producción. Muchos de los productores no cuentan con maquinaria propia, porque su producción y ventas no son lo suficientemente grandes, por ende, para ellos invertir en un molino es un gasto innecesario.

La relación entre productores de mole con molenderos se basa en la confianza y reciprocidad, es decir los molenderos ganan clientes si maquilan de la manera que el cliente lo requiere, si al productor de mole le gusta la forma como trabaja un molendero confiará y volverá, si no es así buscará otro. Así lo mencionó Don Luis Camacho molendero de la localidad.

“ el cliente, lo que me pida [...], yo muelo el mole como me lo pida el patrón, porque hay otros molenderos, que por ahorrarse tiempo lo dejan martajado o no le ponen el suficiente aceite y así pierden clientes. Yo tengo mis clientes ya de años, porque trato de hacer mi trabajo lo mejor posible y si un cliente me dice que le de otra pasada lo hago...”

Por otro lado, es necesario mencionar que la mayoría de los molenderos de la localidad se conocen y colaboran unos con otros, su relación se sostiene en la amistad y la confianza. Cuando es temporada alta y existe saturación de maquilas en algún molino, los molenderos se apoyan entre sí para facilitar el trabajo. El propósito de cooperar es no perder al cliente.

c) Difusión y comercialización

Esta red se conforma por relaciones de cooperación entre la comunidad, productores de mole y funcionarios públicos. La principal función de esta red es organizar la Feria Nacional del mole, que tiene como propósito difundir y vender el producto a más consumidores.

En los últimos años la organización de esta feria, está dividida en dos grupos por los conflictos entre productores de mole. El conflicto se deriva por el hecho de que años atrás, la feria había sido organizada por un grupo de productores y el resto de los productores consideraron que los beneficios económicos eran acaparados por pocas familias de la localidad. Por lo tanto, se unieron y formaron un grupo independiente para que más productores participaran en la organización de la feria.

Actualmente para llevar a cabo la Feria Nacional del Mole, ambos grupos convocan a toda la comunidad en la plaza pública de San Pedro Atocpan²³ para decidir si se llevará a cabo o no. Posteriormente, si la decisión es afirmativa, todos los asistentes votan por un presidente para cada comité organizador. El presidente electo puede ser o no productor, pero si es obligatorio que sea habitante de San Pedro Atocpan. Su función es coordinar a un comité organizador integrado por personas que él elige. El comité se conforma por un tesorero(a), secretario(a) y responsables de las comisiones de compras-recursos, infraestructura, vigilancia y demostración gastronómica.

Todos los productores de mole de San Pedro Atocpan tienen derecho a estar en la feria, pero también el resto de los habitantes. Los lugares para establecer bares, restaurantes, sanitarios, venta de artesanías y otros productos son rifados por cada comité organizador entre quienes no son productores de mole.

La Delegación Milpa Alta no gestiona la organización de la feria pero colabora con la infraestructura necesaria para los dos comités organizadores e inaugura y cierra la feria con los dos grupos.

El principal motivo por el cual no se deja de celebrar La Feria Nacional del mole es porque genera una derrama económica importante para San Pedro Atocpan y la demarcación de Milpa Alta, de hecho una de las temporadas altas para la producción y comercialización del mole se presenta en el mes en el que se realiza la feria. A pesar que los productores han creado agrupaciones basadas en relaciones de amistad y parentesco, llevan a cabo la feria por medio de una red

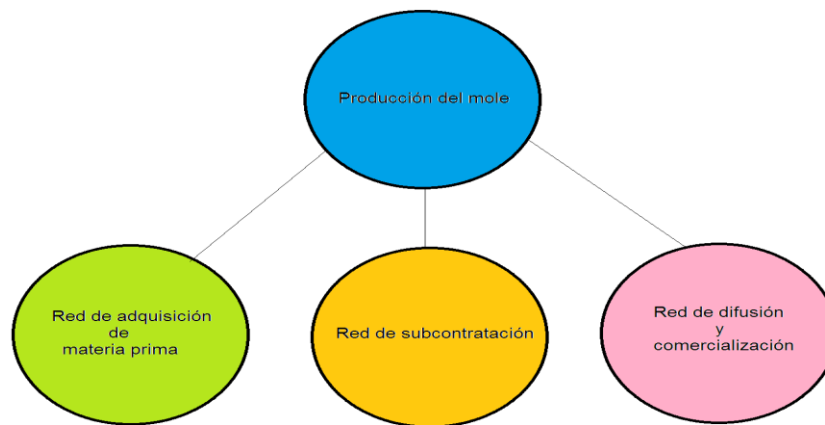
²³ En la plaza pública de San Pedro Atocpan se reúnen entre 200 a 300 personas

vertical, en donde se vinculan con otros actores (instituciones gubernamentales, artesanos, músicos, comerciantes de cárnicos, contratación de juegos mecánicos etc.) ajenos a sus relaciones más cercanas. A través de esta red vertical, pocos productores se han vinculado con instituciones gubernamentales, para adquirir créditos para mejorar su producción.

El siguiente esquema sintetiza el comportamiento de este tipo de redes.

Esquema 9. Redes verticales con lazos débiles de la producción del mole

Redes con relaciones Verticales y lazos débiles



Fuente: elaboración propia con base en Granovetter, citado en Herreros, 2002

3.2.4 Diversificación de productos complementarios y asociados al mole. Innovación e inclusión del mole en otros mercados.

Actualmente la producción del mole en San Pedro Atocpan incluye a más del 90% de su población y la comercialización del producto se concentra en el mercado local. Para afrontar la fuerte competencia entre productores, algunas familias han renovado algunos aspectos del mole para ajustarse a la demanda de los consumidores. Asimismo han ampliado la gama de productos tradicionales, con el propósito mantener las ventas.

El hecho de diversificar los tipos del mole y ampliar la gama de productos, no es sinónimo de innovación tecnológica dentro del proceso de producción. En este caso, la maquinaria utilizada para elaborar moles, también funciona para producir otros productos. Por ejemplo, los adobos, el amaranto en polvo, la granola, la harina de pinole²⁴, la harina para tamales, la harina de maíz nixtamalizado²⁵, el pipián y los sazónadores son productos que requieren de tostado, cocción y molienda. Las botanas como plátanos deshidratados, papas y algunas semillas requieren de fritura. Por lo tanto, la innovación está relacionada con la ingeniosidad de cada productor; se crean nuevos tipos de mole a partir de otros conocimientos y aprovechan las técnicas de producción y maquinaria utilizadas en la elaboración del mole para ampliar la gama de productos. En el siguiente cuadro clasificamos los tipos de productos.

²⁴ Producto alimenticio de origen prehispánico elaborado principalmente a base de maíz , también se define como harina de maíz tostado, a veces endulzado y mezclado con cacao, canela o anís (Lozano , Solórzano Bernal, Rebolledo y Hernández, 2008).

²⁵ La nixtamalización es un proceso pre-colombino que consiste en cocer el grano de maíz en una solución alcalina usando hidróxido de calcio (Castillo, Ochoa, Figueroa y Delgado, 2009).

Cuadro 4. Productos asociados, complementarios e innovados

Diversidad de moles		Elaboración de otros productos	
Tradicionales	Innovaciones	Complementarios	Asociados
Mole almendrado	Mole apiñonado	Adobo	Amaranto en polvo
Mole poblano	Mole de manzana	Consomé de pollo	Botanas: plátanos, semillas y papas
Mole oaxaqueño	Mole de cítricos	Pasta de cacahuete	Harina para tamales
Mole comercial	Mole frutos secos	Pasta de ajonjolí	Harina de maíz nixtamalizado
Mole rojo	Mole doble ajonjolí	Pipián	Harina de pinole con chocolate
	Mole rojo dulce	Sazonadores	Pulpa de tamarindo y jarabes
	Mole verde almendrado		
	Mole bajo en grasa		

Fuente: Elaboración propia

Fotografía 8. Exposición de variedad de productos



Fuente: Moles Don Luis, 2015

La capacidad que tienen los productores de mole, para crear nuevos productos, es muy limitada. La mayoría de ellos sólo producen moles tradicionales porque así lo prefieren. Mientras que otros, no lo hacen por el desconocimiento de recetas, técnicas de producción y maquinaria.

Los productores de mole que han innovado, ganan ventajas sobre los competidores, contribuyendo al potencial comercial de sus empresas. Las empresas que siguen esta estrategia, están constantemente en búsqueda de nuevos mercados y la mayoría de las veces, la posibilidad de inserción a ellos es positiva. Por el contrario, los productores que no intentan innovar algún producto, mantienen su presencia en el mercado a través de la utilización de recursos baratos y precios bajos. Por lo tanto, la toma de decisiones se relaciona con cambios para mejorar la dirección o gestión del negocio y requiere de recursos financieros para obtener mayores rendimientos y beneficios.

Las innovaciones surgen en el territorio, están asociadas con el saber hacer local, los recursos humanos y el conocimiento nuevo incorporado a la red familiar para un beneficio empresarial. Las unidades productivas de mole tienen una historia productiva única y una capacidad innovadora propia, combinan los recursos internos con externos y generan una respuesta innovadora. Los cambios son pocos en los procesos productivos, pero han mejorado la articulación de los productos a más mercados.

La historia productiva de su localidad, es utilizada para promocionar sus productos. A pesar que todas las unidades productivas tienen una marca registrada, en los slogans resaltan que es un producto hecho en San Pedro Atocpan. El prestigio que ha ganado el territorio por su especialización en la molienda, ha favorecido la comercialización de los productos, ya que los moles de San Pedro Atocpan son famosos por su sabor y variedad.

Ilustración 1. Slogans de las marcas de moles en San Pedro Atocpan

Distribuidora de Moles San Jorge S.A. de C.V.



Fuente: imágenes en línea

3.2.5. Problemáticas en la producción y comercialización del mole

A pesar de que la producción del mole es una actividad económica consolidada y ha permitido mejorar las condiciones de vida de los habitantes de San Pedro Atocpan. La organización productiva del mole presenta problemáticas ligadas a la producción y comercialización, en las que destacan: la dificultad para adquirir materias primas de calidad, los bajos niveles de innovación e inserción a los mercados nacionales e internacionales y el acceso restringido a las fuentes de financiamiento.

a) *Problemáticas en la producción*

En varias unidades productivas hemos encontrado que su principal problema, es la adquisición de materias primas; dado que el precio de todos los ingredientes para la elaboración del mole es tan variable, que en ocasiones, los productores compran materias primas de baja calidad para mantener precios bajos. Los ingredientes con mayor variación en los precios son: el chile, la canela, la almendra y piñón.

Los moles elaborados con materias primas de baja calidad tienden a perder propiedades de sabor y olor. Por lo tanto, estos productores están elaborando un mole poco competitivo para el gusto de los consumidores, bajan sus ventas y por ende sus ganancias. Al respecto el señor Juan Méndez mencionó:

“Una vez intente bajar la calidad del mole que hago, pero cuando lo daba a probar a la gente no le gustaba y esa maquila tardo mucho para venderse, ya después decidí mejor aumentar el precio pero vender mejor, aunque los clientes se quejan mucho del precio. Pero al final ya tengo mis clientes”

Los productores que deciden no bajar la calidad de su producto, aseguran que es mejor, ya que el mole es un producto alimenticio y la gente prefiere un mole que les agrade.

Otro de los problemas que enfrentan las unidades productivas, es la falta de recursos para mejorar sus instalaciones. Estas, no cumplen con las especificaciones necesarias para preservar la seguridad de los trabajadores ni las buenas prácticas de manufactura del producto. Por lo cual, se reducen las posibilidades de llevar a otros mercados su producto, Ricardo Alvarado así lo aseguro:

“son muchos los requisitos que pide la Secretaría de Salubridad y yo no tengo las posibilidades económicas para adaptar mi proceso producción”.

La falta de recursos, se relaciona con el limitado acceso de financiamiento por parte de instituciones gubernamentales. Los productores de mole carecen de créditos y asesoramiento financiero. Algunos de productores entrevistados, creen que con un apoyo financiero gubernamental, pueden mejorar sus condiciones productivas, pero desconocen los requisitos e instituciones que lo suministran.

El principal problema, no es la falta de programas para que se les otorguen créditos, si no que los productores de mole no cumplen con los requisitos solicitados. Por ejemplo, la Secretaría de Economía por medio del Instituto Nacional del Emprendedor, otorga asesoramiento empresarial y financiamiento a Pymes con limitaciones a créditos bancarios, por medio del comité Técnico Fideicomiso²⁶ Público México Emprende (SE, Fondo Pyme, 2016). Para beneficiarse de este programa, las empresas deben contar con el Alta ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público. No obstante, en San Pedro Atocpan, el 91% de las unidades productivas son informales. Por lo tanto, los productores de mole no pueden beneficiarse del programa.

Gran parte de los programas federales consisten sobre todo en, orientación, capacitación empresarial, instrumentos de financiamiento y apoyos fiscales, pero sólo son otorgados a empresas formales. La problemática que existe en el entorno productivo del mole, es que los productores ven innecesaria la formalización de sus empresas. Además, falta coordinación entre productores de mole e instituciones gubernamentales. Así como, mecanismos de diálogo que favorezcan una discusión sobre las ventajas que les traería ser formales e informarse de los apoyos que pueden recibir para mejorar su productividad.

²⁶ Fideicomiso Público es una entidad que el gobierno federal, o alguna de la demás entidades paraestatales crea con la intención de llevar a cabo un fin lícito y determinado, obteniendo desarrollo económico y social a través del manejo de recursos propiedad del Gobierno Federal y administrados por una institución fiduciaria.

b) Problemáticas en la comercialización

La saturación del mercado es un problema para la distribución y comercialización del mole. Con el paso de los años la competencia ha crecido y la oferta del producto se ha concentrado en los puntos de venta en San Pedro Atocpan y la Ciudad de México. La mayoría de los productores comercializan directamente el producto, y no han establecido relaciones con distribuidores autorizados. Pocos productores salen a explorar y ofrecer el producto a otros mercados. Este hecho es un inconveniente, ya que operar en un mercado saturado limita la rentabilidad y potencial de crecimiento del negocio. Es decir, los productores que no han explorado ingresar a otros mercados, están sujetos a las compras de sus clientes habituales. Por lo tanto, su capacidad de atraer nuevos clientes es limitada.

En cuanto a los mercados internacionales, las posibilidades de llegar a ellos son mucho menores. En primer lugar, porque el mole es un producto elaborado con más de 25 ingredientes, de los cuales, algunos no son aceptados para la exportación. Aunque este hecho, puede cambiar, sustituyendo algún ingrediente o modificando la receta. En segundo lugar, porque las empresas informales no pueden exportar. Sin embargo, la comercialización indirecta a través de intermediarios es una opción factible y podría ser un primer paso conveniente en la exportación.

Por otro lado, la definición de los precios, es otro de los problemas para la comercialización del mole. La competencia desleal entre productores se ve reflejada en la calidad de los productos. Algunos productores elaboran mole de baja calidad a precios accesibles. A consecuencia de esta acción, los productores que afirman elaborar mole de buena calidad, forzosamente han bajado sus precios, reduciendo las ganancias en el producto. Aunque también aseguran que existen moles de mala calidad a precios altos. En otros casos, la definición de los precios resulta un importante problema porque algunas tiendas

departamentales no ofrecen un precio justo para los productores y el margen de ganancia es muy poco. Al respecto Ignacio Casio mencionó:

“... hay mucho producto pésimo. Sin embargo, la gente lo compra. A quienes les ofrezco mi producto, mis precios se les hacen muy caros. Por ejemplo, a mi Wal-Mart me pedía que pusiera a \$20 pesos el cuarto de mole a venta al público y darles un margen de utilidad a ellos del 30% y pues, no salgo a ese precio... Pero como les han vendido moles de mala calidad, pretenden que yo baje el precio como si mi producto fuera malo, y, tal vez pudiera bajar mis precios pero si yo les vendiera mucho”

Por lo tanto, la falta de coordinación y comunicación entre productores les ha impedido competir de manera eficiente en el mercado. La definición de precios está condicionada mayormente por los intereses de cada productor y a pesar de que están conscientes de los costos que implica la elaboración del mole, no han establecido mecanismos de comunicación eficientes, que les permita definir precios justos y estándar. La coordinación entre los productores para ajustar precios, podría contribuir a un balance entre costo- beneficio. Así como, proteger a la economía local.

En este sentido, podemos afirmar que el aumento de la competencia y la saturación del mercado en San Pedro Atocpan y en la Ciudad de México, ha permitido que los productores de mole constituyan estrategias de producción y comercialización, donde destaca el trabajo individual, pensando que con esto pueden asegurar el crecimiento y futuro de la empresa familiar.

En síntesis, a pesar de que la mayoría de los productores cuentan con valiosos conocimientos sobre la producción del mole, no han podido concretar estrategias productivas y comerciales colectivas. Esto ha fomentado la autosuficiencia, al pensar que las posibilidades de crecer dependen sólo de ellos y no de sus vínculos

con algunas instituciones o la coordinación y cooperación con otros productores. Esta idea se relaciona con la desconfianza que tienen en las instituciones gubernamentales, el desinterés por comprometerse a la formalidad empresarial y ajustarse a pagar impuestos. Asimismo, también tiene un peso importante la mala experiencia de tuvieron las familias que formaron parte de la Sociedad Cooperativa de San Pedro Atocpan, ahora empresa líder “Moles Don Pancho”. Los conflictos de intereses y la desconfianza que se generó porque algunos miembros buscaron su beneficio personal, fueron los principales motivos de la desintegración de la cooperativa. Actualmente los productores de mole prefieren organizarse por medio de reglas familiares, donde los beneficios son para “todos”. Esta idea es aceptada por la mayoría de los productores y sostienen que trabajar individualmente como familia es la forma más benéfica para su negocio.

Por lo tanto, aunque en San Pedro Atocpan existe una concentración de unidades productivas dedicadas al mismo sector, que comparten el mismo ambiente socio-cultural, no destaca la cooperación, coordinación y reciprocidad. Por el contrario, la organización productiva del mole, se ha concentrado en la autosuficiencia productiva. Con el paso de los años ha disminuido la confianza, la cooperación y la coordinación entre actores económicos. Esto ha favorecido la desarticulación y fragmentación productiva local, incrementando la competencia desleal y la desconfianza entre productores. En términos generales, esta organización se caracteriza por la informalidad, la supervivencia empresarial, una escasa cooperación socio-productiva, poca o nula inserción a redes con relaciones verticales (principalmente con relación a la coordinación con instituciones gubernamentales), altos niveles de desconfianza con actores sociales externos a la familia, competencia desleal asociada a la calidad y precio de los productos y escasa innovación.

Conclusiones

En los últimos años la geografía económica ha incorporado nuevos criterios de estudio, los cuales prestan atención al conjunto de prácticas y relaciones sociales de un entorno económico. El intercambio e incorporación de perspectivas con otras ciencias sociales como la antropología y la sociología económica, ha permitido comprender de manera más amplia la compleja interrelación entre economía, sociedad y territorio (Rosales, 2006, 2010).

En la presente investigación, hemos reconocido con base en los nuevos criterios de la geografía económica, la importancia de analizar la especificidad de los territorios, con el objetivo de comprender el entorno socio-territorial en el cual se desarrollan las actividades económicas. Desde esta perspectiva hemos prestado atención a las relaciones sociales conformadas en la organización productiva del mole y reafirmamos que los actores sociales son agentes económicos generadores de estrategias productivas que permiten o limitan el desarrollo económico local.

Las características y transformaciones productivas que describimos en el primer capítulo, especifican que las estrategias empleadas para mejorar los modos de producción son distintas entre los territorios y aunque se empleen los mismos principios, cada lugar le inscribe sus particularidades sociales. Por lo tanto, los resultados son diferenciados. Por ejemplo, se expuso que en los países industrializados después de varios modelos productivos, el surgimiento de la Especialización flexible ha demostrado éxito en organizaciones productivas en Italia y otros países. Mientras que México a pesar de haber adoptado los principios del fordismo, no obtuvo los mismos resultados que Estados Unidos y Europa, ya que la historia y las características, políticas y socio-económicas entre territorios son distintas.

Los conceptos guía de esta investigación, enfocados en las prácticas y relaciones sociales específicas de los territorios, permitieron entender cómo actúan los actores sociales involucrados en la organización productiva del mole. De acuerdo con la historia productiva de San Pedro Atocpan, identificamos que las estrategias de supervivencia se han generado por medio de las habilidades y conocimiento tácito

de los habitantes, empleándolos en su mayoría para mejorar las condiciones económicas de las familias.

San Pedro Atocpan se ha especializado en la molienda y en la elaboración del mole, gracias a la difusión de conocimiento en el territorio. El *saber hacer* de los habitantes representa un recurso colectivo y una ventaja productiva, que diferencia a esta localidad de cualquier otra región o empresa que elaboren mole, tal como es el caso de la ciudad de Puebla. En el desarrollo del trabajo, argumentamos que la red de difusión de conocimiento está en constante transformación, en un principio fue un recurso colectivo utilizado por mujeres campesinas de la localidad para generar ingresos extras y mejorar la economía familiar. Sin embargo, al convertirse en un negocio del cual depende el sustento familiar, la desconfianza entre productores aumenta y la reciprocidad llega a ser casi nula. Actualmente, el conocimiento sólo se trasmite en la red familiar, evitando que cualquier nuevo conocimiento salga de la misma, esta estrategia la utilizan para diferenciarse del resto de los productores, con la finalidad de ser más competitivos, permanecer en el mercado y asegurar el futuro familiar. Por tal razón identificamos, distintas formas de organización en cada unidad productiva, ya que cada familia establece reglas y normas según sus propios criterios.

Con base en las distintas características de las unidades productivas generamos una clasificación, que permitió entender la organización, así como identificar los principales problemas de las mismas.

En relación con la clasificación, notamos que las unidades productivas con una organización interna dinámica son pocas, pero tienen mayor capacidad de modificar sus procesos de producción y estrategias de comercialización, en comparación de las unidades productivas con una organización interna estática e inestable; debido a que, cuentan con mayor capacidad de inversión e innovación, así como mayores posibilidades para insertarse en un nicho más amplio de mercado. Por lo tanto, consideramos que la organización de la producción del mole, depende en gran medida, de las posibilidades económicas que tenga cada productor, así como de

las estrategias que generan para mejorar su producción, producto y comercialización.

La cadena productiva del mole se conforma por redes socio-económicas con relaciones de tipo horizontal con lazos fuertes y relaciones verticales con lazos débiles. Las relaciones de tipo horizontal están consolidadas por la cooperación y confianza sólo familiar, pero en lo que concierne a nivel local están fragmentadas ya que, fuera del núcleo familiar, la desconfianza y las acciones de reciprocidad disminuyen. Las relaciones verticales se caracterizan por una articulación mínima entre actores sociales; la cooperación entre productores de mole con productores de chiles, comerciantes de chiles y especias, molenderos y funcionarios públicos se presenta de manera espontánea e informal. La organización productiva del mole no ha generado acuerdos colectivos eficientes que posibiliten mejorar sus condiciones productivas (inversión en maquinaria e innovación en los productos) y comerciales (definición de precios en relación con la calidad de los productos e incorporación a nuevos mercados). Además los acuerdos entre productores de mole e instituciones gubernamentales son escasos, por un lado, debido a las condiciones legales con las que operan cada una de las unidades productivas y por otro, como consecuencia de la falta de un diálogo que propicie la legalidad y regulación de la producción, así como la promoción de acciones que mejoren el desarrollo económico local.

En síntesis, las pequeñas empresas de San Pedro Atocpan no han mostrado un dinamismo capaz de impactar de manera favorable en la producción y comercialización del mole. Con base en las categorías de análisis de nuestra investigación, podemos afirmar que no han logrado construir redes densas de integración, interrelación y prácticas económicas compartidas, lo cual ha generado la desarticulación y heterogeneidad en el desempeño y crecimiento de las pequeñas empresas.

En el desarrollo de nuestra investigación, mostramos que la falta de integración con otros actores socio-económicos se debe al ambiente de desconfianza generado en la localidad. La desconfianza se expresa al miedo de perder conocimiento y

estrategias que consideran los hace competitivos en el mercado. Gran parte de las empresas funcionan como estrategias de supervivencia familiar y las ganancias de esta actividad son la única fuente de ingresos, por lo cual se niegan a compartir cualquier información que consideren afectara su trabajo. Sin lugar a dudas, estas empresas desconocen los beneficios que podrían obtener al emplear acciones colectivas. Por lo tanto, esta organización productiva no esta generando una dinámica integradora y crecimiento socio-productivo local. Esto no significa que las empresas fuertemente vinculadas a estrategias familiares, no puedan generar redes de coordinacion y cooperación con diversos actores económicos, políticos y sociales, dado que los territorios no son estáticos, caso contrario son producto de la forma en que los individuos, empresas e instiruciones se relacionan.

Durante el desarrollo de esta investigación, hemos expuesto que las redes de cooperación y cordinacion fortalecen la articulación de actores socio-económicos y que son un instrumento necesario para el desarrollo económico local. Por tal razón, consideramos que las relaciones de cooperación, confianza y reciprocidad en la organización productiva del mole, no deben limitarse sólo a la red familiar, sino que deberían desarrollarse en mayor medida entre productores de chiles, comerciantes de chiles y especias, molenderos, productores de mole e instituciones gubernamentales, con el propósito de resolver problemas socioeconómicos; ya que de lo contrario, un escaso desarrollo del capital social, continuará afectando el funcionamiento de la economía local.

Es importante señalar, que la delegación Milpa Alta debería involucrarse de manera efectiva con la organización productiva del mole. Dentro de sus posibilidades puede diseñar y aplicar sistemas de gestión capaces de fomentar la participación de los productores de San Pedro Atocpan en programas de financiamiento, así como el vínculo con otras instituciones públicas o privadas. Para ello, las autoridades deben informarse adecuadamente sobre cómo opera la producción del mole y fomentar el consenso entre todos los involucrados en la producción del mole, para plantear acciones dirigidas a mejorar la productividad y comercialización de las unidades familiares y de la localidad. Según Putnan (1993), los incentivos otorgados por el

Estado a los ciudadanos para generar redes, estimula la confianza y fortalece los hábitos de colaboración. Por lo tanto, mediante la participación integral entre actores se obtendría un diagnóstico compartido y facilitaría la construcción de estrategias productivas y comerciales colectivas.

Por otro lado, es necesario analizar, identificar y evaluar los lineamientos con los que operan los programas de apoyo para las microempresas, ya que en ocasiones los requisitos para acceder a estos no se apegan a las posibilidades de los productores. En San Pedro Atocpan, la informalidad de las empresas es el principal motivo por el cual no pueden acceder a créditos, pero también la baja penetración del crédito se deriva de la falta de una cultura financiera consolidada, lo que genera que los productores se abstengan de solicitar algún crédito. Sin embargo, el gobierno local a través de una evaluación, asistencia, seguimiento y coordinación con estas empresas, lograría establecer acuerdos legales y facilitar al financiamiento y asesoría empresarial.

Para este caso, la conformación de una asociación de productores facilitaría la construcción de arreglos legales y de cooperación entre productores, instituciones gubernamentales y otras entidades del sector privado. Esta asociación favorecería principalmente a la economía local, ya que formaría redes verticales con mayor consolidación y las unidades productivas podrían mejorar sus condiciones de producción y comerciales.

En cuanto a las condiciones de producción, sería importante fortalecer las relaciones socio-económicas en la red de adquisición de materias primas y la cooperación con otras instituciones públicas o privadas. En lo que respecta a la red de adquisición de materias primas, por medio de acuerdos y negociación con los productores de chiles y comerciantes de materias primas, se podrían conseguir mejores precios, flexibilidad de pago y mejor calidad en las materias primas. Por lo tanto, fortalecer las relaciones entre estos actores permitiría reducir los costos de producción.

Asimismo, la asociación de productores podría acceder con mayor facilidad a los programas de apoyo financiero que otorgan las instituciones gubernamentales, así también los créditos para adquirir maquinaria más moderna contribuiría en la innovación en los procesos de producción, diversificación de productos y mejoría en el empaquetamiento del producto. En cuanto a la cooperación con otras instituciones públicas o privadas como las universidades, éstas podrían contribuir en la creación de una red de conocimiento para innovar en la receta del mole y en la creación de nuevos productos. También podrían diseñar e implementar programas de consultoría y capacitación, cuyo propósito fuera fortalecer a las empresas y ayudarlas a resolver problemas por medio de desarrollo de habilidades, prácticas empresariales y proyectos estratégicos.

Con relación a las actividades comerciales es necesario que los productores de mole en conjunto fortalezcan vínculos con productores y distribuidores de materias primas e insumos, así como con sus clientes. Los vínculos facilitan el intercambio de información, por tal razón permitirían a los productores de mole planear y ejecutar estrategias comerciales efectivas. El objetivo sería, alcanzar un mayor volumen de producción, así como ofrecer productos de calidad y continuidad en la oferta. La cooperación permitiría gestionar y mejorar las condiciones productivas y posibilitar mejores ventas. Asimismo los acuerdos y cooperación entre la asociación y las instancias de gobierno podrían facilitar la creación de talleres de asesoramiento empresarial, financiero e intercambios comerciales como la exportación.

Por otro lado, es importante mencionar que para cubrir un mercado es importante saber quienes participan en la producción, así como quienes podrían participar en la distribución de los productos. En este caso, los productores suelen vender sus productos directamente a los consumidores, pero ampliar su red comercial por medio de intermediarios facilitaría la venta de los productos, además una de las ventajas de valerse de ellos es que resulta más sencillo tratar con un intermediario que con varios consumidores.

En síntesis, dada la tendencia al trabajo individual e informal en la organización productiva del mole en San Pedro Atocpan, se requiere de mayor intervención en el tejido social que conforman los productores para construir una estructura socio-económica organizada con base en relaciones de cooperación, confianza y reciprocidad a nivel local; mismas que favorezcan acuerdos duraderos, así como estrategias productivas y comerciales colectivas.

En este sentido, los nuevos criterios de la geografía económica nos permitieron comprender el contexto y la complejidad en que se desarrolla la organización productiva en San Pedro Atocpan. Por medio del análisis de la interrelación entre la sociedad, la economía y el territorio concluimos que las estrategias y relaciones socio-económicas son un elemento importante para entender un entorno productivo, dado que se construyen en territorios con normas, valores e intereses específicos.

Bibliografía

- Albaladejo, M; Mauricio Mesquita y S. Lall, (2005), *La competitividad industrial de América Latina y el desafío de la globalización*, Primera edición, Buenos Aires, BID-INTAL, pp. 35-45.
- Alba, C. (1993) “La microindustria ante la liberación económica y el Tratado de libre comercio”, en *Revista Foro internacional*, vol. XXXIII, no.3, julio-septiembre 1993, El colegio de México, disponible en: <http://aleph.academica.mx/jspui/handle/56789/22163> [consultado el 20 de febrero, 2015]
- Álvarez, J. (2005) “ El efecto del TLCAN sobre las importaciones agropecuarias estadounidenses provenientes de México” en *Revista CEPAL- SERIE Estudios y perspectivas*, No. 31, Subregional de la CEPAL en México disponible en : <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=4jES5zqxx3MC&oi=fnd&pg=PA3&dq=modelo+de+sustitucion+de+importaciones,+Alvarez+2005> [consultado el 18 de febrero de 2015]
- Albuquerque, F (2002) “Guía para agentes de Desarrollo Económico Territorial”. Instituto de Desarrollo Regional, Sevilla.
- Amin, A y K. Robins (1994) “El retorno de las economías regionales. Geografía mítica de la acumulación flexible” en Benko, G y A. Lipietz (coord.) *Las regiones que ganan*, Valencia España, Alfons el Magnamin, pp. 123- 158.
- Argüello, O (1981) “Estrategias de supervivencia: un concepto en busca de su contenido”, en *Revista Demografía y Economía*, vol XV, no 2, El colegio de México. pp. 190-203.
- Becattini, G (1994) “El distrito Marshalliano: una noción socioeconómica” en Benko, G y A. Lipietz (coord.) *Las regiones que ganan*, Valencia España, Alfons el Magnamin, pp. 123- 158.

- Bonilla, R (2009) "Agricultura y tenencia de la tierra en Milpa Alta. Un lugar de identidad" en *Revista Argumentos*, vol. 22, no. 61, Mexico, septiembre-diciembre, [en línea] disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-57952009000300011&script=sci_arttext [consultado el 20 de junio, 2015] pp. 249- 279.
- Bonilla, R (2014) "Urbanización rural y economía agrícola de supervivencia en la Delegación Milpa Alta" en *Revista Argumentos*, UAM-X, no. 74, enero- abril, [en línea] disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59532371008> [consultado el 2 de julio, 2015]
- Cadena, N. (2011) "Evolución de los sistemas productivos" en *Gestiopolis*, [en línea], disponible en: <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/evolucion-de-los-sistemas-productivos.htm> [consultado el 1 de febrero 2015]
- Caldera y Navarro, (2004) "Los sistemas de producción flexible y sus repercusiones en las condiciones de trabajo" [en línea], Valencia, disponible en: http://www.ces.gva.es/pdf/trabajos/articulos/revista_31/art2-rev31.pdf [consultado el 1 de febrero 2015]
- Campoy T, Aranda y Gomes A. (2009) "Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos" [en línea], disponible en: http://www2.unifap.br/gtea/wp-content/uploads/2011/10/T_cnicas-e-instrumentos-cualitativos-de-recogida-de-datos1.pdf, [consultado el 22 de septiembre, 2015]
- Caravaca, I, G. González y R. Silva (2005), "Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial", *Eure*, diciembre, no. 094, vol. XXXI, Santiago de Chile, pp. 5-24.
- Castillo, Ochoa, Figueroa, Delgado, Gallegos y Morales (2009) "Efecto de la concentración de hidróxido de calcio y tiempo de cocción del grano de maíz nixtamalizado, sobre las características fisicoquímicas y reológicas del nixtamal" en *Revista ALAN*, no. 4, vol. 54 [en línea] disponible en:

<http://alanrevista.org/ediciones/2009-4/art11.asp> [consultado el 22 de febrero de 2016]

Chávez J, (2012). *Cadenas de Valor, Estrategias y Competitividad: El caso de los Productores de Café Orgánico del Municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca*. Tesis de maestría, [versión electrónica] México, Oaxaca de Juárez, Instituto Tecnológico de Oaxaca, disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1345/index.htm> [consultada el 5 de octubre de 2014]

Chávez, L, Figueroa. M, Flores, M, Guerrero, M y Ramírez R (1998) *Estudio de las Organizaciones: Productores de mole en San Pedro Atocpan*. México, Distrito Federal, Proyecto Social de la Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco, Producción Económica, pp. 43-60.

De la Garza (2007) “Precariedad e informalidad del trabajo” [en línea] disponible en: actrav-courses.itcilo.org/.../trabajo...informal/...trabajo-informal.../file [consultado el 23 de febrero de 2015]

Di Filippo, A y Jadue (1976) “La Heterogeneidad Estructural: Concepto y dimensiones” en *Revista El Trimestre Económico*, Vol. 43, No 169 (1), Enero-Marzo, 1976, pp 167-205, [en línea] disponible en: <http://www.jstor.org/stable/20856541> [consultado el 4 junio, 2015]

Durston, J (2000) “Que es Capital Social Comunitario” en *Revista CEPAL*, no. 38, Naciones Unidas, Julio de 2000, pp. 1-44.

El economista (2016) “En Mexico, 6.8 de millones de personas, en riesgo de recaer en la pobreza” [en línea] disponible en: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2016/06/14/mexico-68-millones-personas-riesgo-recaer-pobreza> [consultado el 6 de junio de 2016].

Echánove, F. y C. Steffen, (2005). *Globalización y Restauración en el Agro Mexicano*. Primera edición, México, D.F, Universidad Autónoma Chapingo: Plaza y Valdez, pp. 12-40.

- Fernández, V. y M. Villalba, (2004) “Especialización flexible en América Latina en el marco del Consenso de Washington”, disponible en *Revista Bancomex*, no. 3, vol. 54, marzo de 2004, [en línea] disponible en: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/64/1/fern0304.pdf>, [consultado el 17 de marzo 2015]
- Fukuyama, F (1996). *Confianza. Las virtudes sociales y la capacidad de generar prosperidad*, Atlántida, México, pp. 173-208
- Giménez, G (2000). “Territorio, cultura e identidades, la región socio-cultural” en Rosales, R. (coord.) *Globalización y regiones en México*. México, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, pp. 19-33.
- González, J. (2003) *La producción en serie y la producción flexible, principios, técnicas organizacionales y fundamentos del cambio*, Primera edición, México, Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 205- 220
- Granovetter, M (2000) “la fuerza de los vínculos débiles” en *Revista Acta Republicana Política y Sociedad*, no. 33, [en línea], disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=154588&orden=1&info=link>, [consultado el 18 de febrero de 2015]
- Guillen, A y Vidal, G (2008) “La necesidad de construir el desarrollo en América Latina” en: Guillen, A y G. Vidal (coord.) *Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización, homenaje a Celso Furtado*, Buenos Aires, Clasco Universidad Autónoma Metropolitana, pp.11-25.
- Guillen, A (2008) “Modelos de Desarrollo y Estrategias Alternativas en América Latina” [en línea], disponible en: <http://www.docentes.unal.edu.co/fgmanriquea/docs/lectura%20taller%20%20unal%202012.pdf>, [consultado el 28 de febrero, 2015].
- Gutiérrez, L y Cordero, R (2014) *La alimentación y la cocina serrana y chinampera de Milpa Alta y Xochimilco*, México D.F, Sederec, pp 1- 26.

- Gutiérrez, L (2011) “El mole” Velasco, en *Revista Crisol Mágico del sur*, no. 2, julio 2011, pp. 16-19.
- Gutiérrez, L (2012) “La Cabaña, símbolo de trabajo tenaz”, en *Revista Crisol Mágico del sur*, no. 3, Enero-Marzo 2012, pp. 22-23.
- Gutiérrez, L (2013) “Pasajes de la vida de una emprendedora molendera” en *Revista Crisol Mágico del sur*, no. 12, diciembre 2013, pp. 26-28.
- Gutiérrez, L (2013) “Orígenes del rico mole de San Pedro Atocpan”, en *Revista Crisol Mágico del sur*, no. 9, julio- septiembre 2013, pp. 20-21.
- Hammer D y Wildavsky, A. (1990) “La entrevista semi-estructurada de final abierto. Aproximación a una guía operativa”, [en línea] disponible en: <http://www.jstor.org/stable/27753290> [consultado el 22 de septiembre, 2015]
- Herreros, F (2002) “¿Son las relaciones sociales una fuente de recursos? Una definición de capital social”, *Papers* 67, pp. 129-148.
- INEGI (2010) Cuadernos Estadísticos Delegacionales. Delegación Milpa Alta, México, [en línea] disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem07/estatal/df/ced/indx> [consultado el 29 de junio, 2015]
- INEGI (2007) Censo agropecuario, México, [en línea] disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/agropecuario/2007/agricola/nopal_df/CulnopDF.pdf [consultado el 29 de junio 2015]
- INEGI (2010) Censo de población y vivienda, México, [en línea] disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ccpv/> [consultado el 29 de junio 2015]
- INEGI (2009) Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos, [en línea] disponible en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf, [consultado el 29 de junio de 2015]

INEGI (2015) Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, México, [en línea] disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>, [consultado el 20 de agosto del 2015]

Isaza, J (2011). "Cadenas Productivas. Enfoques y Precisiones Conceptuales" en *Revista Sotavento*, no.11, vol. II, Noviembre 2009, Universidad de la Salle, [en línea] disponible en: http://portal.uexternado.edu.co/pdf/5_revista

Kuri, A (2012) "Los sistemas Productivos Locales en América Latina. Hacia un nuevo paradigma regional" en *Economía Informa*, no. 373, marzo- abril, pp. 60-73.

La Jornada (2010) "Milpa Alta, los campesinos de la capital", en suplemento informativo, la Jornada del campo, no. 38 20 de noviembre.

Lozano, Solórzano, Bernal, Rebolledo y Hernández (2008) "Pinole de alto valor nutricional obtenido a partir de cereales y leguminosas" en *Revista Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable Ra Ximhai*. no. 2, vol.4, mayo-agosto 2008 [en línea] disponible en: <http://www.uaim.edu.mx/webraximhai/Ej11articulosPDF/Art%2014%20Olaydes%20Rec%20Nat.pdf> [Consulta el 13 de octubre de 2014]

Macho, E. y Rosales R. (2009) *Empresarialidad femenina y redes sociales en San Pedro Tultepec de Quiroga, Estado de México*. Tesis de licenciatura en Geografía Humana, Mexico D.F. Universidad Autonoma Metropolitana, pp. 30-50.

Marti, J y C. Lozares (2008) "Redes organizativas locales y capital social: enfoques complementarios desde el análisis de redes sociales", en *Revista RediscEDD* , no. 1, vol. VIII, Marzo, 2008, [en línea] disponible en: <http://revista->

- redes.rediris.es/webredes/portularia/02.Joel%20marti.pdf [consultado el 15 marzo, 2015] pp. 24-36.
- Méndez, R (1997) *Geografía económica, la lógica del capitalismo global*, Ariel, Barcelona pp. 1 -69.
- Miradas a lugares mágicos (2015) “San Pedro Atocpan” en *Revista México Desconocido*, no. 466, Diciembre, 2015 [en línea] disponible en: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/san-pedro-atocpan.html> [consultado el 29 de diciembre del 2015]
- Neffa, J. (1999) “crisis y emergencia de Nuevos Modelos Productivos” en *Clacso.org.ar*, Buenos Aires [en línea], disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101102030206/5neffa.pdf> [consultado el 26 de febrero 2015]
- Ochoa, C (2015) “Muestreo no probabilístico: muestreo por bola de nieve” [en línea] disponible en: <http://www.netquest.com/blog/es/muestreo-bola-nieve> [consultado el 24 de septiembre de 2015]
- Ostrom, E, T.K. Ahn y C. Olivares (2003), “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva”, en *Revista Mexicana de Sociología*, no. 1, vol. 65, pp. 155-233.
- Piore, M y C. Sabel. (1990) *La segunda ruptura industrial*, alianza. Madrid, pp.455.
- Pike, A., A. Rodríguez y Tomaney J. (2011) *Desarrollo local y regional*, Publicaciones de la Universidad de Valencia. Valencia, pp. 363
- Procuraduría Agraria (2015) Sociedad Cooperativa [en línea] disponible en: www.pa.gob.mx/publica/pa07df.htm [consultado el 28 de agosto de 2015]
- Reyes, A (s/f) Monografía, México, Departamento del Distrito Federal–Comisión Coordinadora para el Desarrollo Agropecuario del Distrito Federal.
- Reynoso, R (2011) “La situación del campo en México” en *Copamex*, publicaciones de la Fundación Mexicana del desarrollo rural [en línea] disponible

en:<http://www.coparmex.org.mx/contenidos/publicaciones/Entorno/2001/junio01/campo.htm>, [consultado el 27 de agosto del 2015]

Rodríguez, J (1996). *Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas*. Cuarta edición, México, Edita International Thomson Editores, pp. 121- 148.

Rodríguez, J. y Velasco, M. (2011) *La construcción social de la cocina en San Pedro Atocpan, Milpa Alta. Los significados alrededor de la preparación del platillo mole*. Tesis de licenciatura en Sociología, México Distrito Federal, Universidad Autónoma Metropolitana- Azcapotzalco, pp. 90- 200.

Rosales, R (2006), “Geografía económica”, en Hiernaux, D y A. Lindón, (directores), *Tratado de geografía humana*, Barcelona, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Anthropos, pp. 129-146.

Rosales, R (2010) “Aprendizaje colectivo, redes sociales e instituciones: hacia una nueva geografía económica” en Hiernaux, D y A. Lindón, (directores), *Los giros de la geografía humana, desafíos y horizontes*, Barcelona, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, Anthropos, pp. 123- 142.

Rueda, I (1997) “Efectos de la política neoliberal sobre las empresas mexicanas” en *Revista Contaduría y Administración*, no.186, Julio- Septiembre 1997, pp. 39-51, [en línea], disponible en: <http://www.ejournal.unam.mx/rca/186/RCA18604.pdf> [consultado el 13 de junio, 2015]

S/A (2015) “Métodos de producción: la producción intermitente” [en línea] disponible en: <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/2015/01/metodos-de-produccion-industrial-la-produccion-intermitente.htm> [consultado el 28 de diciembre, 2015]

Safon, V.1997) “¿del fordismo al postfordismo? El advenimiento de los nuevos modelos de organización industrial”. Primer congreso de Ciencia Regional de Andalucía, realizado en Jerez del 23, 24 y 25 de abril de 1997, [en línea] disponible en:

http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/mbc011.pdf 27
[de enero 2015](#) [consultado el 26 de febrero del 2015]

SAGARPA (2012) Posicionan nopal de Milpa Alta en los ángeles, 0,02 Boletín, [en línea] disponible en: <http://www.sagarpa.gob.mx/delegaciones/distritofederal/boletines/documentos/b0202012.pdf> [consultado el 28 de junio de 2015]

SAGARPA (2015) “chiles Secos” en Agencia a los servicios a la Comercialización y desarrollo de mercados agropecuarios [en línea] disponible en: http://www.infoaserca.gob.mx/chiles/chs_4x3.asp[consultado el 29 de diciembre de 2015]

Salazar, M (2005) “Cultura Política y tradición: Milpa Alta en el Distrito Federal” en *Veredas*, no. 10, pp. 273-300.

Salcido, G y R. Larroa (2012) *Sistemas agroalimentarios localizados: identidad territorial, construcción del capital social e instituciones*, Universidad autónoma de México, Colección Alternativas, México D.F, pp. 384.

Sánchez, H (2009) “Periurbanización y espacios rurales en la periferia de la ciudad” en *Revista Estudios Agrarios*, Procuraduría Agraria [en línea] disponible en: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_41/analisis/7%20hector%20avila.pdf[consultada el 18 de agosto de 2015]

Santos, M (2000) *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*, Ariel Geografía, Barcelona, pp. 30-60.

Saravi, G (1998) “Micro y pequeñas empresas en los distritos industriales de México: La necesidad de un nuevo contexto institucional”, en *Revista Sociológica*, no. 37, Mayo-agosto, pp. 251-265.

Saravi, G (1998) “Cultura Empresarial en un Distrito Industrial Mexicano: Comunidad y Relaciones Inter-firmas”, ponencia preparada para el encuentro del año 1998 de la Asociación de Estudios Latinoamericanos, realizado en Chicago, Illinois del 24 al 26 de septiembre de 1998, pp. 1-16.

- SEDUVI (2014) *Programa Delegacional de Desarrollo Urbano de Milpa Alta* [en línea] disponible en : http://www.seduvi.df.gob.mx/portal/docs/transparencia/articulo15/fraccionxi/PDDU/PDDU_Mil_Alta.pdf [consultado el 3 de agosto de 2015]
- SE (2016) Fideicomiso público de administración México Emprende [en línea] disponible en: <http://www.2002012.economia.gob.mx/mexicoemprende/empresas/incubadoras/120-sistema-nacional-de-garantias>[consultado el 2 de marzo del 2016]
- SECTUR (2015) Barrios Mágicos de la ciudad de México, [en línea] disponible en : <http://www.mexicocity.gob.mx/barriosmagicos/>, [consultado el 9 de septiembre de 2015]
- Semintel, M. y Noguera, P. (2004) “Los Sistemas Productivos Regionales desde la perspectiva del Análisis de Redes” en *Revista hispana para el análisis de redes*, no. 3, vol.6, junio 2004 [en línea] disponible en: http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol6/vol6_3.pdf , [consultado el 20 de febrero de 2015]
- Sforzi, F. (2007), “Del distrito industrial al desarrollo local”, en Rosales, R (coord.) *Desarrollo local: Teoría y Prácticas Socioterritoriales*, México, D.F.: Miguel Ángel Porrúa, pp. 27-50.
- Sierra (1998) “Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social” en: *Técnicas de investigación social, cultura y comunicación*. Galindo. Edit. Pearson, México pp. 277-345.
- Tello, C (2010) “Notas sobre el Desarrollo Estabilizador” en *Revista Economía Informa*, no. 364, Julio- Septiembre 2010, [en línea] disponible en : <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/364/09carlostell.pdf>, [consultado, 1 de junio de 2015].
- Torres, P (1991) *El campesinado en la estructura urbana: el caso de Milpa Alta*, UAM-X, México, D.F. pp. 131.

- Vázquez, A. (2000) “Desarrollo endógeno y globalización” en *Revista Eure*, no. 79, vol. XXVI, Santiago de Chile, diciembre 2000, [en línea] disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S025071612000007900003&script=sci_arttext [consultado el 20 de febrero, 2015]
- Vázquez, A (2005) *Las nuevas fuerzas del desarrollo*, Antoni Bosh editor, Madrid. Primera edición, pp. 97.
- Velázquez, V. y Rosales, R. (2014) “Coordinación vertical y horizontal en la configuración del sistema productivo pirotécnico de Tultepec, Estado de Mexico” en *Revista Espacialidades*, no. 2, vol. 4, México, D.F , julio-diciembre 2014, pp 180- 211.
- Velasco (2011). “El mole platillo que aporta sabor y sustento a San Pedro Atocpan” entrevista en *Crisol Mágico del Sur*, año 1, no. 2, Color, tradición y Misticismo, Julio 2011, pp. 16-17.
- Wacher, M. (2006) “Nahuas de Milpa Alta. Pueblos indígenas del México Contemporáneo” en *Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)* [en línea], disponible en: <http://www.cdi.gob.mx> [consultado el 17 de mayo del 2015]

Anexos

Guiones de entrevista

Guión de entrevista para Productores

Fecha:

Nombre del entrevistado:

I. Reconstrucción histórica de la producción mole en San Pedro Atocpan

1. ¿Sabe usted por qué razón comenzó la producción del mole en San Pedro Atocpan y en qué año inicio?
2. ¿Identifica algunos pioneros de esta actividad en la localidad?
3. ¿En qué año la producción del mole se convirtió en una actividad económica favorable para la localidad?

II. Origen y Organización del taller familiar o empresa

Nombre del establecimiento:

5. ¿Usted antes de producir mole a que se dedicaba?
6. ¿En qué año empezó a producir y comercializar el mole?
7. ¿Cómo aprendió este oficio?
8. ¿Qué razón lo motivo a producir mole?
9. ¿Cómo empezó su negocio? ¿Alguien lo financio? ¿Recibió préstamo? o ¿Con ahorros?
10. ¿Es usted el único dueño o está asociado?
11. ¿Quienes trabajan con usted?
12. ¿Cuántas personas trabajan aquí?
13. ¿Contrata personal?

14. ¿Cómo se dividen el trabajo?

III. Proceso productivo del mole

15. ¿De dónde obtienen las materias primas?

16. ¿Cómo se elabora el mole, en su taller/ empresa?

17. ¿La maquinaria que utiliza es rentada o propia? ¿Con que maquinaria cuenta?

18. ¿Envasa el producto?

19. ¿Almacena el producto?

IV. Productividad y Comercialización

21. ¿Cuántos kilogramos de mole produce en promedio al día?

22. ¿Su producción disminuye o aumenta en temporadas específicas?

23. ¿Sólo producen y comercializan mole o también trabajan con otros productos?

24. ¿Dónde venden su producto? ¿Exporta el producto?

¿A Dónde? (En caso de ser positiva la respuesta) ¿Qué le impide llegar a otros mercados?

25. ¿Existen intermediarios en la venta de su producto?

26. ¿La mayoría de sus clientes le paga en efectivo o a crédito? ¿A quiénes les proporciona crédito? ¿Cuál es la cantidad máxima con la que da a crédito?

27. ¿Cuáles son los problemas más comunes en la producción y comercialización del producto?

28. ¿Tiene usted en mente alguna solución, que resuelvan estos problemas?

29. ¿Es la única ocupación que tiene usted?

30. ¿Tiene otra sucursal aquí o en otra localidad?

V. Redes socio-económicas

32. ¿Se relaciona con otros productores?
33. ¿Cuál es el tipo de relación /familiar /amistosa /compadrazgo y cómo se originó?
34. ¿Requiere de la ayuda de algún otro productor para llevar a cabo su producción?
35. ¿Fue o es miembro de alguna asociación de productores?
36. ¿En qué le beneficio o ha beneficiado?
37. ¿Reciben apoyo de alguna institución privada o gubernamental para fomentar el desarrollo de la producción?
38. ¿Se involucra la Delegación de Milpa Alta con los productores? ¿Qué apoyos reciben?
- 39 ¿Existe un plan de desarrollo para fomentar la productividad y comercialización del mole por parte de la delegación de Milpa Alta o el Gobierno del D.F?
- 40 ¿Regula o vigila la Delegación de Milpa Alta la producción y comercialización del mole?
41. En cuanto a la compra de las materias primas ¿Alguien le recomendó donde y con quienes comprar?
42. En cuanto a la venta del producto ¿cómo consiguió sus clientes? ¿Existió o existe alguien que le diga donde se vende mejor?

VI. Identidad laboral

- 40 ¿Le agrada su trabajo? ¿Por qué?
- 41 ¿Por qué razón no se dedicó usted a la producción del nopal?
- 42¿Si pudiera se dedicaría a otra actividad?
- 43¿Sus hijos desean seguir con el negocio? ¿Por qué?
- 44 ¿Cree que su negocio prosperará o empeorara en el futuro? ¿Por qué?

45 ¿Cómo imagina que sería San Pedro Atocpan si su población no se dedicara a esta actividad?

Guión para comerciantes de granos, semillas, chiles y especias

Fecha:

Nombre del entrevistado:

I. Origen y Organización del establecimiento

Nombre del establecimiento:

1. ¿Antes de vender granos, semillas, chiles y especias, usted a que se dedicaba?
2. ¿En qué año empezó a comercializar su mercancía?
3. ¿Es usted habitante de San Pedro Atocpan?
4. ¿Qué razón lo motivo a emprender este negocio?
5. ¿Cómo empezó su negocio? ¿Alguien lo financio? ¿Recibió préstamo? o ¿Con ahorros?
6. ¿Es usted el único dueño o está asociado?
7. ¿Quienes trabajan con usted?
8. ¿Cuántas personas trabajan aquí?
9. ¿Contrata personal?
10. ¿Cómo se dividen el trabajo?

II. Comercialización de granos, semillas, chiles y especias

11. ¿Sólo comercializan granos, semillas, chiles y especias?
12. ¿De dónde obtiene la mercancía?
13. ¿Dónde vende su mercancía?

14. ¿A quién la vende?
15. ¿Existen intermediarios en la venta de su mercancía?
16. ¿La mayoría de sus clientes le paga en efectivo o a crédito?
17. ¿Qué materia prima vende más?
18. ¿Cuántos Kilogramos vende en promedio al día?
19. ¿Sus ventas disminuyen o aumentan en temporadas específicas?
20. ¿Cuáles son los problemas más comunes en la comercialización de su mercancía?
21. ¿Tiene alguna solución, al problema?
22. ¿Es la única ocupación que tiene usted?
23. ¿Tiene otra sucursal aquí o en otra localidad?

III. Redes socio-económicas

24. ¿Se relaciona con otros comerciantes de semillas, granos, chiles y especias y productores de mole?
25. ¿Cuál es el tipo de relación familiar o amistosa y cómo se originó?
26. ¿Requiere de la ayuda de algún otro comerciante o productor para llevar a cabo su comercialización?
27. ¿Es o formo parte de alguna asociación de comerciantes o productores de mole?
28. ¿En qué le beneficio o ha beneficiado?
29. ¿Reciben apoyo de alguna institución privada o gubernamental para fomentar el desarrollo de la producción?
30. ¿Regula o vigila la Delegación de Milpa Alta la comercialización de su mercancía?

31. En cuanto a la compra de las materias primas ¿Alguien le recomendó donde y con quienes comprar?

32. En cuanto a la venta de la mercancía ¿cómo consiguió sus clientes? ¿Existió o existe alguien que le diga donde se vende mejor?

IV. Identidad laboral

33. ¿Le agrada su trabajo? ¿Por qué?

34. ¿Por qué razón no se dedicó usted a la producción del mole o del nopal?

35. ¿Si pudiera, se dedicaría a otra actividad?

36. ¿Sus hijos desean seguir con el negocio? ¿Por qué?

37. ¿Cree que la comercialización de su mercancía será mejor o peor en el futuro?
¿Por qué?

Guión para molenderos de San Pedro Atocpan

Fecha:

Nombre del entrevistado:

I. Origen y Organización del establecimiento

Nombre del establecimiento:

1. ¿Antes de la molienda, a que se dedicaba?

2. ¿En qué año empezó a moler?

3. ¿Es usted habitante de San Pedro Atocpan?

4. ¿Qué razón lo motivo a emprender este negocio?

5. ¿Cómo empezó su negocio? ¿Alguien lo financió? ¿Recibió préstamo? o ¿Con ahorros?

6. ¿Es usted el único dueño o está asociado?

7. ¿Quiénes trabajan con usted?
8. ¿Cuántas personas trabajan aquí?
9. ¿Contrata personal?
10. ¿Cómo se dividen el trabajo?

II. Rentabilidad del negocio

11. ¿Sólo se dedica a moler?
12. ¿Qué materia prima muele más?
13. ¿A quiénes le muele?, ¿la mayoría son de San Pedro Atocpan?
14. ¿Cuántos kilogramos de Chile muele al día?
15. ¿Cuánto cobra por kilogramo?
16. ¿Existe una cantidad mínima para poder moler?
17. ¿Su molienda disminuye o aumenta en temporadas específicas?
18. ¿La mayoría de sus clientes le paga en efectivo o a crédito?
19. ¿Esta actividad, le genera los ingresos necesarios para la manutención de su familia?
19. ¿Cuáles son los problemas más comunes en la molienda?
20. ¿Tiene usted en mente alguna solución, que mejore la situación?
21. ¿Es la única ocupación que tiene usted?
22. ¿Tiene otra sucursal aquí o en otra localidad?

III. Redes socio-económicas

23. ¿Se relaciona con otros molenderos, comerciantes de semillas, granos, chiles y especias y productores de mole?
24. ¿Cuál es el tipo de relación y cómo se originó?

25. ¿Requiere de la ayuda de algún otro molendero para entregar alguna molienda?
26. ¿Es o formo parte de alguna asociación de molenderos o productores de mole?
27. ¿En qué le beneficio o ha beneficiado?
28. ¿Recibe apoyo de alguna institución privada o gubernamental para mejorar su maquinaria?
29. ¿La Delegación de Milpa Alta ha proporcionado algún apoyo para mejorar la tecnología de sus molinos?
30. ¿Regula o vigila la Delegación de Milpa Alta la molienda?
31. ¿Cuándo se daña su maquinaria, a quien recurre?

IV Tecnología

31. En cuanto a su molino ¿Cómo funciona?
32. ¿En cuanto a tiempo llega a moler 100kg?
33. ¿Requiere de mucho trabajo manual o es estandarizado?

IV. Identidad laboral

40. ¿Le agrada su trabajo? ¿Por qué?
41. ¿Por qué razón no se dedicó usted a la producción del mole o del nopal?
42. ¿Si pudiera se dedicaría a otra actividad?
43. ¿Sus hijos desean seguir con el negocio? ¿Por qué?

Guión para funcionarios públicos

Nombre del entrevistado:

Función:

1. ¿Qué vínculo existe entre la delegación de Milpa Alta con los productores del mole?
2. ¿Existe algún plan de desarrollo económico para San Pedro Atocpan en torno a la producción del mole?
3. ¿Se regula la producción y comercialización del mole? ¿quién la regula?
4. ¿Los productores de mole reciben un apoyo económico?
5. ¿Cuánto dinero designan?
6. ¿Cree que este apoyo es suficiente?
7. ¿Existe un comité que vigile cómo se distribuye y gasta este recurso?
8. ¿La relación de los productores con la delegación de Milpa Alta, es buena conflictiva?
9. ¿Cuáles son los problemas más comunes con los productores?
10. ¿La delegación, ha planteado alguna solución para los problemas?
11. ¿Los productores son accesibles para establecer acuerdos con la delegación?
12. ¿Cree que la producción del mole es importante en la economía de Milpa Alta?