



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MÉRIDA

ITM

TESIS:

**“EL PAPEL DE LAS TIC EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE
COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE MADERA DE DZITYÁ, YUCATÁN
DESDE LA PERSPECTIVA DEL COMERCIO JUSTO”**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRA EN PLANIFICACIÓN DE EMPRESAS Y DESARROLLO REGIONAL

PRESENTA:

MARÍA TERESA PÉREZ DOMÍNGUEZ

ASESOR:

DR. JOSÉ FRANCISCO SARMIENTO FRANCO

COASESORA:

DRA. ELIANA A. ARANCIBIA GUTIÉRREZ

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO

21 DE OCTUBRE DE 2021



DEPENDENCIA: DIV. DE EST. DE POSG. E INV.
No. DE OFICIO: X-293/21
Mérida, Yucatán, **09/septiembre/2021**

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

C. MARÍA TERESA PÉREZ DOMÍNGUEZ
PASANTE DE LA MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN
DE EMPRESAS Y DESARROLLO REGIONAL
PRESENTE.

De acuerdo al fallo emitido por su director **José Francisco Sarmiento Franco**, Coasesora **Eliana A. Arancibia Gutiérrez** y la comisión revisora integrada por **Gustavo Adolfo Monforte Méndez**, **Mayanin Asunción Sosa Alcaraz** y **Alfonso Munguía Gil**, considerando que cubre los requisitos establecidos en el Reglamento de Titulación de los Institutos Tecnológicos le autorizamos la impresión de su trabajo profesional con la TESIS:

“EL PAPEL DE LAS TIC EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE MADERA DE DZITYÁ, YUCATÁN DESDE LA PERSPECTIVA DEL COMERCIO JUSTO.”

ATENTAMENTE
Excelencia en Educación Tecnológica

HERMILA ANDREA ULIBARRI BENÍTEZ
JEFA DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE
POSGRADO E INVESTIGACIÓN

C.p. Archivo
HAUB/AMPC/zac



AGRADECIMIENTOS

Agradezco y dedico esta Tesis primeramente a dios quien guía mi camino y puso a personas y experiencias maravillosas en él, a mi esposo que vivió esta experiencia tanto como yo, sin el cual no hubiera sido posible completarla, a mi mamá y a mis hermanos que nunca me dejaron de apoyar, a mis amigas que siempre me motivaron a seguir adelante y a mis profesores que estuvieron conmigo en el desarrollo y construcción de esta investigación sin los cuales esta no hubiera sido posible.

Agradezco especialmente al Dr. Francisco Sarmiento que me enseñó una nueva e increíble visión de la vida y me ayudó a llevar al mejor puerto existente esta tesis, a la doctora Eliana Arancibia quien me enseñó diferentes formas de ver y disfrutar de la investigación y a la Dra. Mayanin Sosa quien me proporcionó concejo y soporte pieza fundamental en mi experiencia.

Agradezco a los artesanos de madera de Dzityá por permitirme trabajar con ellos, conocer su visión y sus necesidades, pero sobre todo por darme una nueva y completa perspectiva del trabajo comunitario.

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por el financiamiento de esta investigación.

RESUMEN

El desarrollo sustentable definido como el desarrollo que permite satisfacer las necesidades presentes sin afectar el abastecimiento de las generaciones futuras (World Commission on Environment and Development, 1987), constituido por sus dimensiones ecológica, económica, social y cultural, representa un concepto teórico sobre qué se debe hacer para luchar contra el modelo económico dominante actual y los problemas ambientales que ha traído al mundo. Sin embargo, el cómo lograrlo presenta diversas opiniones y discusiones debido a las múltiples interpretaciones y a las acciones llevadas a cabo por el hombre en nombre del desarrollo sostenible. El comercio justo es una propuesta para lograr el desarrollo sustentable en comunidades de productores menos favorecidos, ofreciendo a sus miembros igualdad de oportunidades, desarrollo económico, pago justo, el respeto al medio ambiente y beneficios de todos los actores de la cadena de distribución (productores, distribuidores y consumidores), compartiendo las ganancias de manera igualitaria, apoyado en las capacidades de las redes de los productores (Bourdieu y Richardson, 2018).

La comisaría de Dzityá en el municipio de Mérida en el Estado de Yucatán, tiene como una de sus principales actividades económicas la artesanía de madera; ésta tiene el potencial de contribuir al desarrollo de la comunidad en gran medida, sin embargo debido a las características ambientales en las que se desarrolla podrían llevarla a desaparecer, provocando el empobrecimiento cultural y económico de la comunidad de Dzityá, ya que de ella depende un gran número de empleos de la comunidad y tiene una gran carga cultural al ser una actividad transmitida de generación en generación. La falta de oportunidades ofrecidas a los productores de artesanías para acceder a capacitación en materia de competitividad, opciones de desarrollo tecnológico, así como la falta de información, entre otros factores imposibilita a los artesanos para tomar decisiones oportunas sobre producción, precios y mercados y a acceder a formas de comercialización adaptadas a sus necesidades.

El análisis de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, de la situación actual de la artesanía de madera de Dzityá en el camino de avanzar hacia un comercio justo, así como la apropiación de las TIC en la aplicación de estrategias de comercialización proporciona la posibilidad de realizar planes, ajustes y correcciones en conjunto con la comunidad, en miras de transitar hacia un desarrollo sustentable para toda la comunidad de Dzityá y dar pasos que ayuden a impedir la desaparición de la artesanía de madera en ella. Para lograr estos propósitos se utilizó una metodología híbrida de elaboración propia basada principalmente en el modelo de investigación acción de Colmenares, (2012), enriquecido con la perspectiva de Frances et al (2015). También se utilizaron la metodología del Modelo de desempeño Comercial de Morales, (2017), las metodologías Categorías desde las dimensiones del desarrollo sostenible, los Criterios de comercio justo de Alarcón, (2018), los Estándares para evaluar las unidades de Comercio Justo de Fretel et al, (2009), la Metodología de Interrelación de las TIC de elaboración propia basada en Pacheco, (2017), así como los principios de la Organización Mundial del Comercio Justo, (2020) como inspiración para establecer criterios propios para determinar las categorías que se adaptaran a las necesidades de la investigación y las condiciones del contexto de los artesanos de madera de Dzityá. Los instrumentos principales a utilizar fueron la observación participante y entrevistas semiestructuradas que en concordancia con la metodología ayudaron a cumplir el objetivo de la investigación.

ABSTRACT

Sustainable development defined as development that satisfy present needs without affecting the supply of future generations (World Commission on Environment and Development, 1987), which is made up of ecological dimensions, economic, social and cultural, represents a theoretical concept of what must be done to combat the current dominant economic model and the environmental problems it has brought to the world. However, how this can be achieved presents diverse opinions and discussions due to the multiple interpretations and actions carried out by man in the name of sustainable development. Fair trade is a proposal to achieve sustainable development in less favored producer communities, offering their members equal opportunities, economic development, fair payment, respect for the environment and benefits of all actors in the distribution chain (producers, distributors and consumers), sharing the profits in an equal way, supported by the capacities of the networks of producers (Bourdieu and Richardson, 2018). Dzityá, a commissariat in the municipality of Merida in the State of Yucatan, has a low development due to the environmental characteristics in which it develops. As one of its main economic activities, wood crafts have the potential to contribute to the development of the community to a large extent, however, under the current conditions in which the activity takes place they could lead to its disappearance, causing the cultural and economic impoverishment of the community of Dzityá, since a large number of community jobs depend on it and it has a great cultural burden as an activity passed down from generation to generation.

The lack of opportunities for handicraft producers to access training in competitiveness, technological development options, as well as the lack of information, amongst other factors, it makes it impossible for artisans to take timely decisions on production, prices and markets and to access marketing methods adapted to their needs.

The analysis of the opportunities, threats, strengths and weaknesses of the current situation of Dzityá's wood crafts in the path of advancing towards fair trade, as well as the appropriation of ICTs in the application of marketing strategies It provides the possibility of making plans, adjustments and corrections in conjunction with the community, in order to move towards a sustainable development for the entire Dzityá community and take steps that help prevent the disappearance of wooden crafts in it. To achieve these purposes, a hybrid methodology of our own elaboration was used based mainly on

the action research model of Colmenares, (2012), enriched with the perspective of Frances et al (2015). The methodology of the Commercial Performance Model of Morales, (2017), the methodologies Categories from the dimensions of sustainable development, the Fair Trade Criteria of Alarcón, (2018), the Standards to evaluate the Fair Trade units of Fretel et al, (2009) were also used, the Methodology of Interrelation of TIC of own elaboration based on Pacheco, (2017), as well as the principles of the World Fair Trade Organization, (2020) as inspiration to establish their own criteria to determine the categories that were adapted to the research needs and the contextual conditions of the Dzityá wood artisans. The main instruments to be used were participant observation and semi-structured interviews that, in accordance with the methodology, helped to fulfill the objective of the research.

INDICE

RESUMEN	I
ABSTRACT	III
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema	10
1.2.1. Pregunta general y específicas	11
1.2.2. Hipótesis.....	12
1.2.3. Objetivo general y específicos.....	12
1.3. Justificación	13
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. Problemática ambiental del planeta	16
2.2. Debate del desarrollo sustentable	19
2.3. Artesanía y medio ambiente	25
2.4. Estrategias de comercialización para la artesanía.	27
2.4.1. Actores de la comercialización de la artesanía	27
2.4.2. Retos de la comercialización de la Artesanía	30
2.5. El comercio justo como estrategia de comercialización de la artesanía.	31
2.5.1. Razón de ser del comercio justo.	31
2.5.2. Principios del comercio justo y su correspondencia con los objetivos del desarrollo sustentable.	33
2.5.3. El comercio justo como estrategia de comercialización.	36
2.6. El rol de las TIC como estrategia de comercialización sustentable.....	37
CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL	42
3.1. Panorama ambiental de la artesanía en México.....	42
3.1.1. Importancia de la artesanía para México.....	42
3.1.2. Aspectos ecológicos de la actividad artesanal en México.	43
3.1.3. Aspectos económicos de la actividad artesanal en México.	45
3.1.4. Aspectos sociales de la actividad artesanal en México.....	46
3.1.5. Aspectos culturales de la actividad artesanal en México	47
3.2. Comercialización de la Artesanía en México.....	48
3.2.1. Retos en la comercialización de la Artesanía Mexicana.....	48

3.2.2.	Oferta y Demanda de la artesanía en México.....	50
3.3.	El comercio justo y su implementación en México.....	53
3.3.1.	Empresas de comercio justo exitosas.	53
3.3.2.	Comercialización desde la perspectiva del comercio justo en México.....	54
3.4.	Uso de las TIC en México y Yucatán.....	56
3.5.	Panorama ambiental de la artesanía de madera en Dzityá.....	59
3.5.1.	Componente ecológico.....	61
3.5.2.	Componente económico.....	62
3.5.3.	Componente social.....	63
3.5.4.	Componente cultural.....	64
3.5.5.	Comercialización de las artesanías de madera en Dzityá.....	65
3.5.6.	Las TIC en Dzityá.....	67
3.5.7.	El COVID 19. Actualización del problema en Dzityá.....	67
CAPITULO IV. METODOLOGÍA		69
4.1.	Revisión de opciones Metodológicas.....	69
4.1.1.	Investigación Acción participativa (IAP).....	69
4.1.2.	Modelo de comercialización con TIC.....	72
4.1.3.	Modelo comercio justo y desarrollo sostenible.....	75
4.2.	Tipo de investigación.....	77
4.2.1.	Enfoque, profundidad y alcance de la investigación.....	78
4.2.2.	Fuente de la información, amplitud y naturaleza de la intervención.....	78
4.2.3.	Perspectiva disciplinaria y sector de impacto.....	79
4.3.	Unidad de Análisis, población y muestra.....	80
4.4.	Diseño de la investigación.....	81
4.5.	Definición conceptual y operacional de las categorías de análisis.....	84
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	90
4.7.	Procedimientos de análisis de la información.....	93
CAPITULO V. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		94
5.1.	Análisis FODA en la comercialización de artesanías de madera de Dzityá.....	94
5.1.1.	Fortalezas	95
5.1.2.	Debilidades.....	97
5.1.3.	Oportunidades	107

5.1.4. Amenazas	112
5.2. Situación de las TIC y su contribución en la comercialización de las artesanías de madera de Dzityá.....	120
5.3. Distancia actual de las prácticas de los artesanos de madera de Dzityá en camino hacia el comercio justo.....	126
5.4. Implementación de estrategias de comercialización apoyadas en las TIC desde la perspectiva del comercio.....	129
5.4.1. Festival Ya'ab k'abo'o	130
5.4.2. Página de Facebook Hecho a Mano Dzityá.	134
5.4.3. Proyecto “Revalorización de las actividades artesanales de Dzityá.....	137
5.4.4. Capacitación de comercio justo	139
5.5. Discusión de Resultados.....	141
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	155
6.1. Conclusiones.....	155
6.2. Recomendaciones	160
6.2.1. Instituto Tecnológico de Mérida	160
6.2.2. Futuros investigadores	161
6.2.3. Artesanos de madera de Dzityá	162
6.2.4. A los legisladores y gobierno.....	163
Bibliografía	165
Anexos.....	176
Anexo 1. Guía de la entrevista semiestructurada.....	176
Anexo.2 Guía de observación participante	176
Anexo 3. FODA diagnóstico	178

INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Índice Mundial Planeta Vivo del Fondo Mundial para la Naturaleza y Zoological Society of London (2018).....	18
Figura 2.2 Principios del comercio justo	33
Figura 4.1 Modelo de desempeño Comercial	73
Figura 4.2 Interrelación de las TIC con el conocimiento, la cultura y la sociedad	74
Figura 4.3 Categorías desde las dimensiones del desarrollo sostenible y los criterios de comercio justo.....	75
Figura 4.4 Metodología	81
Figura 4.5 Desarrollo Propuesta Metodológica	83
Figura 4.6 Categorías del Objetivo 1	85
Figura 4.7 Categorías del Objetivo 2	88
Figura 4.8 Relación entre conceptos metodología híbrida	89
Figura 5.1. Fortalezas de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.....	94
Figura 5.2 Debilidades de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.	97
Figura 5.3 Oportunidades de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá	108
Figura 5.4 Amenazas de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.....	113

Figura 5.5. Actividades realizadas en el Festival Ya'ab k'abo'o.....	131
Figura 5.6. Vista de la página “Hecho a Mano Dzityá”	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Concordancia del comercio justo con el desarrollo sustentable.....	34
Tabla 4.2 Estándares para evaluar las unidades de comercio justo.....	76

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.

El desarrollo económico en las últimas décadas ha permitido que millones de personas superen la condición pobreza y que existan mejoras en el acceso a la salud y la educación en la mayoría de las regiones del mundo, logros que aún deben ser mejor distribuidos, pues la desigualdad es un problema global persistente. En ese contexto, el actual modelo de desarrollo debe revisar también sus consecuencias ambientales y humanas, ya que no contempla el cambio climático, la contaminación ni la degradación de los sistemas naturales, además de que contribuye a aumentar la desigualdad tanto dentro de los países como entre ellos, convirtiéndose en un modelo insostenible (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), 2019).

Este modelo se instauró desde la revolución industrial con los avances en la tecnología, la ciencia y los procesos industriales capitalistas promoviendo la maximización de las ganancias y del excedente económico en el corto plazo, concentrando el poder económico y político, obteniendo como resultado un daño ecológico irreparable representado por el agravamiento de la contaminación del ambiente, el agotamiento de recursos naturales, y el aumento de los niveles de deterioro ambiental (Sustentable, 2000). El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático de la ONU (IPCC) en su quinto informe de evaluación, encontró que debido a las emisiones continuas de gases de efecto invernadero la temperatura media mundial continuará creciendo, los océanos se calentarán y el deshielo continuará incrementando el riesgo de inundaciones catastróficas, aunado a que los cambios en el clima amenazan la producción de alimentos. El acceso desigual a la educación y la falta de empoderamiento de las mujeres, así como su falta de acceso a servicios de salud sexual y reproductiva, contribuyen a las altas tasas de

natalidad, por lo que se espera que en el 2050, la población será de casi diez mil millones de personas, por lo que si no se producen cambios en las modalidades de producción y consumo, el crecimiento demográfico seguirá aumentando la presión sobre el medio ambiente y será muy costoso y difícil adaptarse a estos efectos en el futuro, e incluso si se detienen las emisiones la mayoría de los efectos del cambio climático persistirán durante muchos siglos (Organización de las Naciones Unidas (ONU)., 2019). El aumento en la innovación tecnológica puede reducir las presiones ambientales relacionadas con el consumo y la producción no sostenibles y adaptar tecnologías ambientales a las circunstancias de cada país podría ayudar a los países a alcanzar los objetivos ambientales con mayor rapidez, sin embargo estas no se utilizan adecuadamente en todos los casos, beneficiando únicamente a los países que pueden pagar por ellas, intercambiando tecnología por bienes naturales invaluable con países en desarrollo y acrecentando la brecha de la desigualdad y el daño ambiental.

En un intento por clarificar el nuevo paradigma de la humanidad se publica el informe Brundtland (1987) en el cual se define al desarrollo sustentable o sostenible como “el desarrollo que permite satisfacer las necesidades presentes sin afectar el abastecimiento de las generaciones futuras” (World Commission on Environment and Development, 1987). Esta definición, aunque conservaba el componente económico como estandarte trajo esperanza de un cambio ambiental, social y económico para la humanidad. Desde entonces el concepto de desarrollo sustentable ha evolucionado con la sociedad y con sus necesidades.

La Organización de las Naciones Unidas hace hincapié en que para alcanzar el desarrollo sostenible es fundamental armonizar tres elementos básicos interrelacionados y esenciales para el bienestar de la sociedad y las personas la protección del medio ambiente, la inclusión social y el crecimiento económico (Organización de las Naciones Unidas (ONU)., n.d.):

- Ecológico o medio ambiente: se refiere a la capacidad de los ecosistemas de mantener sus características esenciales para la sobrevivencia a largo plazo de las especies, poblaciones y comunidades que lo componen.
- Económico: Lograr un crecimiento económico a largo plazo, a través de la gestión eficiente de los recursos naturales.
- Social: Se refiere a que debe lograrse bajo un concepto de equidad, ser compatible con los valores éticos, la cultura de la sociedad y los grupos involucrados lo que preservará las organizaciones y las comunidades a través del tiempo (Badii, 2004).

En el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo “Nuestra Diversidad Creativa” (la C. y la C. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 1996), se hace mención que “el desarrollo era una empresa más compleja de lo que se había pensado en un principio. Ya no se podía seguir concibiéndolo como un camino único, uniforme y lineal, porque ello eliminaría inevitablemente la diversidad y la experimentación culturales, y limitaría gravemente la capacidad creativa de la humanidad con su valioso pasado y futuro impredecible”. Este informe propone darle el valor necesario al componente cultural del desarrollo como promotor de creatividad, transmisor de valores y pensamientos que ayuda a los individuos a conservar, adoptar y mejorar lo que necesiten en la resolución de los problemas actuales como deterioro ambiental. Por tanto, surge el componente cultural del desarrollo sustentable como parte inseparable del proceso. La dimensión cultural del desarrollo ha permitido apreciar claramente la importancia de la preservación de la creación material e intelectual y salvaguarda de todo lo creado por los pueblos, grupos étnicos, y la humanidad en general tanto para las generaciones actuales como las futuras (Revista de Cultura y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2009). El patrimonio cultural inmaterial o “patrimonio vivo” de una sociedad es transmitido de generación en generación y se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación, proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de

continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales (la ciencia y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.). El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación (la C. y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.).

La globalización presupone un reto para los artesanos y las empresas que comercializan artesanías, ya que para competir en el mercado requieren ser más eficientes, lo que implica la asimilación de los nuevos medios tecnológicos y comerciales para lograr potenciar el aporte de las artesanías a las economías nacionales. Debido a que las artesanías se han insertado en el mercado global actual, esto ha generado la aparición de empresas e intermediarios que comercializan importantes cifras, comprando, y revendiendo estas artesanías, pero remunerando injustamente al fabricante, práctica que si bien existe en el mercado nacional incrementa su magnitud en el mercado global(Revista de Cultura y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2009).

La sustentabilidad en el sector artesanal no se queda en el uso responsable de los recursos, sino que busca más bien un mercado constante que sea capaz de fortalecer

las tradiciones, técnicas y usos, y busque además la innovación responsable que satisfaga las exigencias del mercado nacional e internacional. Cualquier tipo de intervención que busque mejorar la calidad de vida de los artesanos y lograr el manejo sustentable de los recursos empleados como materia prima, debe de partir de un acercamiento y reconocimiento del contexto amplio en el que la producción artesanal se lleva a cabo.(Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2009)

En las últimas décadas ha surgido un movimiento llamado comercio justo que tiene el objetivo de afrontar el subdesarrollo de los pequeños productores de los países del sur desafiando los términos desiguales del intercambio y del desarrollo geográfico entre el Norte (Europa y Norteamérica) y el Sur (América Latina, África y Asia), integrado por organizaciones no gubernamentales, productores, comerciantes y consumidores que buscan un intercambio comercial más equitativo, a través del desarrollo sostenible y del acceso de los productores más desfavorecidos al mercado, con productos de calidad material, social y ambiental, fomentando el consumo de productos que tengan en cuenta, tanto el criterio del pago de un precio justo a los productores, la promoción de valores sociales y ambientales otorgando la oportunidad de evadir las fuerzas del mercado sobre la venta de los productos, a través de redes de comercialización alternativas(Durán y Durán, 2012) .El comercio justo ofrece a los artesanos la igualdad de oportunidades, el desarrollo económico, el pago justo, el respeto al medio ambiente y el beneficio de todos los actores de la cadena de distribución (productores, distribuidores y consumidores), compartiendo las ganancias de manera igualitaria, apoyado en las capacidades de las redes de los productores (Bourdieu y Richardson, 2018). Es una herramienta para cambiar el modelo económico dominante, representando el ideal de luchar contra el poder del mercado que explota a los pequeños productores (Renard, 2003).

El fenómeno de la desaparición paulatina del oficio del artesano es uno de los efectos de que los artesanos en pobreza no tengan las condiciones para generar ingresos

sostenibles con su oficio. El hecho de que la producción artesanal no genere una ganancia constante que permita a los artesanos en pobreza mejorar sus condiciones de vida, es una de las razones por las que muchos de ellos han preferido dejar el oficio de artesano y dedicarse a actividades más rentables (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010). Sobre todo, entre los jóvenes, puede no ser muy atractivo continuar haciendo algo que no es redituable y que, viendo las duras condiciones de la artesanía tradicional, en particular el aprendizaje que a veces es muy largo si se quiere alcanzar la maestría, prefieran buscar trabajo mejor pagado o menos exigente en las fábricas o las industrias de servicios.

La UNESCO, 2019 afirma “La artesanía tradicional es quizás la manifestación más tangible del patrimonio cultural inmaterial. Sin embargo, la Convención de 2003 se ocupa principalmente de las habilidades y conocimientos involucrados en la artesanía en lugar de los productos artesanales en sí. En lugar de centrarse en preservar objetos artesanales, los intentos de salvaguarda deberían concentrarse en alentar a los artesanos a continuar produciendo artesanías y transmitir sus habilidades y conocimientos a otros, particularmente dentro de sus propias comunidades”(la C. y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2020).

Nuestro patrimonio cultural inmaterial está siendo recreado y evoluciona constantemente de una creación a otra y a la vez son transmitidos de una persona a otra y de generación en generación. La continuación del patrimonio cultural inmaterial depende de la transmisión continua de los conocimientos y técnicas especiales. De las generaciones actuales a las futuras, la mayoría de esta transmisión depende en su mayoría de la tradición oral más que de los textos escritos.

La desaparición de los oficios artesanales por no ser una actividad rentable no sólo tiene implicaciones económicas, sino culturales, ya que cuando se deja de ejecutar cierta práctica artesanal, con ello se pierden siglos de tradición y riqueza cultural. Si no existen incentivos para poder seguir con el oficio dentro de la comunidad es difícil

que se pueda continuar. De manera que, con la pérdida de un oficio artesanal, también se empobrece culturalmente una comunidad (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010).

En el mundo podemos encontrar esfuerzos por salvaguardar la artesanía como patrimonio cultural inmaterial, entre los cuales podemos mencionar “Textiles Zentrum Haslach”, “Werkraum Bregenzwald”, y el “Hand.Werk.Haus Salzkammergut” los cuales son tres centros creados y dirigidos en Austria por artesanos locales tradicionales en colaboración con instituciones educativas, organismos y artistas internacionales, para salvaguardar sus técnicas organizando numerosas actividades públicas para conservar las técnicas artesanales de carpintería, pintura y confección de textiles, en beneficio de las generaciones venideras manteniendo un sentimiento de identidad. Lo anterior lo realizan en conjunto con instituciones educativas y científicas, empresas artesanales, ofreciendo programas de formación en técnicas tradicionales consistentes en clases de iniciación para alumnos de primaria, cursillos estivales o de fin de semana, programas de aprendizaje y cursos universitarios, en las cuales intervienen expertos locales e internacionales para transmitir sus conocimientos teóricos y prácticos relacionados con los distintos tipos de técnicas artesanales.

La artesanía latinoamericana es parte de la riqueza cultural y regional, patrimonio intangible del área, vinculada a la tradición y el folklor, contiene conocimientos ancestrales de diferentes culturas y raíces étnicas que conforman las naciones de la región, desarrollada por un potencial humano altamente valioso, patrimonio intangible que contribuye al desarrollo de los individuos y las comunidades generando un sentido de pertenencia de las personas a su comunidad y desarrollo económico, social y cultural desde una actividad que genera riqueza material y espiritual (Benítez, 2009).

En Yucatán se elaboran artesanías de diversos materiales, diseños y colores, como la joyería de filigrana en oro y plata; artefactos de carey, instrumentos musicales concha, caracol, madera y piedra tallada; vasijas de barro;; tejidos de fibra de henequén y de

algodón; bordados, aplicaciones de encaje, calados, y punto de cruz; ternos, guayaberas y hamacas; sombreros de paja y de palma del jipi; petates de junco y bejuco; bolsas y zapatos de piel , la pintura popular, juguetería, reciclado y la herrería, la elaboración de objetos de papel y hoja de elote.

En la Comisaría de Dzityá la cual está localizada a 15 kilómetros al norte del centro de la ciudad de Mérida, capital del estado de Yucatán, cuenta con 2369 Habitantes (1223 Hombres y 1146 Mujeres)(INEGI, 2020), es conocida regionalmente por sus artesanías de tallado, labrado de piedra y de madera dura y es considerada como un “pueblo artesanal”, las artesanías son hechas a base de madera o piedra de cantera y en el 17% de las familias de esta comunidad, trabajan una o más personas en talleres de madera (Ancona, E.M., 2008).

El Instituto Tecnológico de Mérida ha establecido un vínculo con la comisaría de Dzityá con el objetivo de crear una fuerte red de conocimientos para lo cual ha impartido diversas actividades, entre estas cursos para los artesanos de madera que han servido para introducir nuevas perspectivas como son la concientización ambiental, los productos verdes e innovadores y la presencia en los medios electrónicos de un grupo organizado denominado “Asociación de Artesanos de Madera Torneada de Dzityá A.C.” , dando pasos en la meta de un desarrollo sustentable para la comunidad de Dzityá, Yucatán. Este proyecto dio continuidad al trabajo realizado por el tecnológico de Mérida ya que a pesar de haber logrado un gran avance, los artesanos de madera de Dzityá, tienen aún muchas carencias desde la perspectiva del desarrollo sustentable, ya que carecen de información sobre la situación del sector en la comunidad, les falta mayor claridad en los costos de producción, gastos y beneficios generados para los artesanos por la actividad, deben trabajar en fortalecer la marca colectiva de los artesanos de madera, lograr integrarse es una prioridad ya que les permitiría acceder a un mayor número de recursos, estar informados sobre los programas y apoyos que pueden recibir de las instituciones los ayudaría a mejorar sus posibilidades de financiamiento, al mismo tiempo que permite la participación y la

construcción de redes de apoyo entre las personas de Dzityá (Montejo, 2015). De igual manera Barrera (2017), sugiere el uso de la página web y las redes sociales como un medio de comercialización electrónico y difusión y considera una necesidad potencializar la marca colectiva y la Asociación de Artesanos de Madera Torneada de Dzityá A.C; sin embargo en ésta, existe un descontento entre los miembros de la asociación respecto a las funciones, acciones y liderazgo que se desarrolla dentro de ella, y se percibe la falta de compromiso, compañerismo y responsabilidad con el grupo, así como desorganización al trabajar unidos, a pesar de estar presentes todas las intenciones únicamente se quedan en las palabras y no se concretan; aun con estos problemas, los miembros entienden la importancia de estar organizados para ser más fuertes.

En general los principales problemas de los artesanos de madera de Dzityá son: la debilidad en diversos conocimientos económicos, sociales, ambientales, legales, entre otros, la dificultad para la obtención de la materia prima, es decir, madera legal certificada por CONAFOR en sus diferentes tipos como son: el Guayacán, Tzalam, Chakaj, Belsinanché, el Cedro, el Chukum, Pich y Siricote y la comercialización de los productos artesanales a precios justos. Muchas de las carencias, desde la perspectiva del desarrollo sustentable, apuntan a carencias estructurales, sociales y de comercialización que no les permiten llegar al consumidor final de forma precisa y con esto aumentar sus ventas, los ingresos y el bienestar familiar, aunado a que no realizan actividades en fomento del medio ambiente como parte de sus actividades, por lo tanto, es necesario desarrollar estrategias que les permitan comercializar de manera efectiva y a precios justos, considerando el componente ambiental y social, en camino a un desarrollo sustentable. De igual manera existe un debilitamiento de la identidad comunitaria y del sentido de organización que les impide formar alianzas en pro del bien común y de toda la comunidad (Barrera, 2017; Montejo, 2015).

En el ámbito regional el desarrollo sustentable puede llevarse a cabo a través de la coordinación con diversos niveles de gobierno y organismos internacionales para

adaptar el diseño, financiar y hacer más eficiente la implementación de políticas públicas (Morales, 2003). El diseño de una política territorial debe tener el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población, debe ser inclusiva e incluir una gobernanza participativa e inclusiva, tomando en cuenta la manera en que las personas reaccionan, se adaptan a los circunstancias, y se organizan para defender sus intereses empoderando a la sociedad y potenciando su capacidad de ser agentes de cambio, facilitando su ejecución, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población, debe estar basada en un desarrollo sustentable buscando disminuir los desequilibrios territoriales, administrando correctamente la inversión, recaudación y distribución de recursos públicos, tomando en cuenta que las personas conocen y valoran su patrimonio territorial, conocen y utilizan sus características para su aprovechamiento y conservación de los recursos de los que dispone (Durán y Durán, 2012). Por tanto, a través de esta investigación será posible integrar las dimensiones del desarrollo sustentable en una propuesta de mejora de la comercialización, a través de las TIC's, desde la perspectiva del comercio justo para el rescate de la artesanía de madera de Dzityá, tomando en cuenta sus características ambientales y el análisis de sus necesidades. A lo largo de esta investigación nos referimos al ambiente como el conjunto de elementos naturales y artificiales o inducidos por el hombre incluyendo los aspectos sociales, culturales, políticos y económicos que hacen posible la existencia y desarrollo de los seres humanos y demás organismos vivos que interactúan en un espacio y tiempo determinados (Dehays et al., n.d.; DOF, 2013).

1.2. Planteamiento del problema.

Una vez presentada la situación en la que se encuentran los artesanos de madera de Dzityá se plantea el siguiente cuestionamiento.

1.2.1. Pregunta general y específicas.

¿Cómo se puede contribuir con la aplicación de las TIC en las estrategias de comercialización de las artesanías de madera en Dzityá, a la promoción de dicha actividad como una alternativa productiva viable, respetuosa de la identidad cultural de la comunidad y ambientalmente sustentable?

De este cuestionamiento surgen las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cuáles son las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de la comercialización de las artesanías de madera de Dzityá?
- ¿Cuál es la situación actual del uso de las TIC y como pueden contribuir en la implementación de estrategias de comercialización para que las artesanías de madera de Dzityá constituyan una alternativa productiva viable y sustentable para la comunidad?
- ¿En qué proporción se acercan los artesanos de madera de Dzityá a ser una organización de comercio justo y como pueden ayudar los principios del comercio justo a las estrategias de comercialización de las artesanías de madera de Dzityá para mejorar los ingresos y la calidad de vida de los artesanos de madera de Dzityá?
- ¿Qué acciones se pueden implementar en el corto plazo y cuál es el papel que pueden desempeñar en conjunto el Instituto Tecnológico de Mérida y los artesanos de madera de Dzityá en estas acciones?

1.2.2. Hipótesis.

De estas preguntas surge la siguiente hipótesis:

El uso de las TIC en la construcción de estrategias de comercialización desde la perspectiva del comercio justo puede contribuir a mejorar la organización de los artesanos, la valorización del producto artesanal, la fijación de un precio justo por su producto y a la promoción de la actividad artesanal maderera de Dzityá como una alternativa productiva viable, respetuosa de la identidad cultural de la comunidad y ambientalmente sustentable.

1.2.3. Objetivo general y específicos.

Plantear e implementar de manera conjunta con los artesanos de estrategias de comercialización apoyadas en las TIC, bajo los principios del comercio justo, que contribuya a la promoción de la actividad artesanal maderera de Dzityá como una alternativa productiva viable, respetuosa de la identidad cultural de la comunidad y ambientalmente sustentable, evitando la pérdida del oficio del artesano de madera en el recambio generacional y mejorando la calidad de vida de los artesanos de madera de Dzityá.

Objetivos específicos

- Analizar las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades en la comercialización de las artesanías de madera de Dzityá.
- Caracterizar cual es la situación de las TIC y cómo puede contribuir la mejora en la capacitación de los artesanos en el uso correcto y responsable de éstas

en la implementación de estrategias de comercialización de las artesanías de madera de Dzityá de manera que constituyan una alternativa productiva viable y sustentable para la comunidad.

- Determinar la proporción de avance de las prácticas de los artesanos de madera de Dzityá en camino hacia el comercio justo y cómo éste puede contribuir en la implementación de estrategias de comercialización que les permitan desarrollarse sustentablemente.
- Implementar estrategias de comercialización de corto plazo, apoyadas en las TIC desde la perspectiva del comercio justo de manera conjunta entre los artesanos de madera de Dzityá y el Tecnológico de Mérida que les permitan luchar contra los efectos del COVID 19.

1.3. Justificación

Esta investigación le da continuidad a una iniciativa de largo plazo que lleva realizando el Instituto Tecnológico de Mérida con la comunidad de Dzityá, en particular con el grupo de artesanos de madera, contribuyendo de este modo a los procesos de desarrollo local que ha venido acompañando dicha institución en la comunidad referida.

Este trabajo de investigación representa un medio de acercamiento de rescate de la artesanía de tallado de madera como generador de empleo, aportación al atractivo turístico y de la derrama económica, rescate del patrimonio cultural, proveedor de cultura, y bienestar para la sociedad y para la comunidad de Dzityá.

Esta investigación pretendió lograr que el oficio artesanal sea una actividad económica y culturalmente valorada por la sociedad, generando interés en las generaciones futuras para contribuir al oficio artesanal. Asimismo contribuye con la generación de

conocimientos acerca de las posibilidades de comercialización con las que cuentan los artesanos para sus productos y el papel que juegan las TIC en ellas, lo cual podría derivar en un desarrollo económico, cultural y social para sus familias, siempre respetando los límites de la naturaleza, retribuyendo al ambiente sus aportes y procurando un desarrollo sustentable.

El presente proyecto de investigación tiene una fuerte relación con los objetivos de la Agenda 2030, por lo que se perciben los siguientes beneficios que podría tener la investigación:

- **Crecimiento económico:** Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente. También tendrá que haber oportunidades laborales para toda la población en edad de trabajar, con condiciones de trabajo decentes (ONU, 2020). La presente investigación en concordancia con el objetivo 8 de los Objetivos de desarrollo sostenible de la ONU pretende fomentar un crecimiento económico en los ingresos de los artesanos de madera el cual ayudaría a mejorar el bienestar de la familia y a fomentar la artesanía de madera como un importante medio de subsistencia, y preservación de la cultura artesanal de madera y de los recursos naturales de la comunidad de Dzityá. La construcción de canales de comercialización eficientes lograría un mayor volumen de ventas, aumentando el Ingreso per cápita y la producción generando fuentes de empleo, mayor derrama económica y afluencia turística al hacer más conocidas y valiosas las artesanías.
- **Creación de Empleo:** En concordancia con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU 1 y 8, el consumo y la producción sostenible consisten entre otras cosas en la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. Todo ello se traduce en una mejor calidad de vida para todos y, además, ayuda a lograr planes generales de desarrollo, que rebajen costos

económicos, ambientales y sociales, que aumenten la competitividad y que reduzcan la pobreza (Objetivos y Metas de desarrollo Sostenible., 2017). La presente investigación pretende encontrar formas para hacer del oficio del artesano de madera atractivo para las presentes y futuras generaciones, tanto como un medio de preservación de cultura y los recursos naturales como un empleo justamente remunerado capaz de satisfacer las necesidades familiares, lo cual se vuelve una oportunidad laboral para los jóvenes de la comunidad.

- Capacidad de enfrentar los retos de la globalización a través de la construcción de canales adecuados para llegar a diversos mercados, proporcionando a los artesanos las herramientas necesarias (Gómez Gutiérrez, 2020).
- Conservación del patrimonio cultural inmaterial; En concordancia con las prioridades de la UNESCO en la Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de 2003 en su programa global de fortalecimiento de capacidades para salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial y aprovechar su potencial para el desarrollo sostenible(la ciencia y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.). La presente investigación contribuye a conservar el patrimonio cultural inmaterial al hacer el oficio de artesano más atractivo para las generaciones futuras, evitando la pérdida intergeneracional y con ello el empobrecimiento cultural de la comunidad de Dzityá.

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

Este capítulo pretende sentar bases conceptuales acerca de desarrollo sustentable, artesanías, estrategias de comercialización, comercio justo y TIC con el fin de presentar los conceptos y teorías que guiaron la presente investigación.

2.1. Problemática ambiental del planeta.

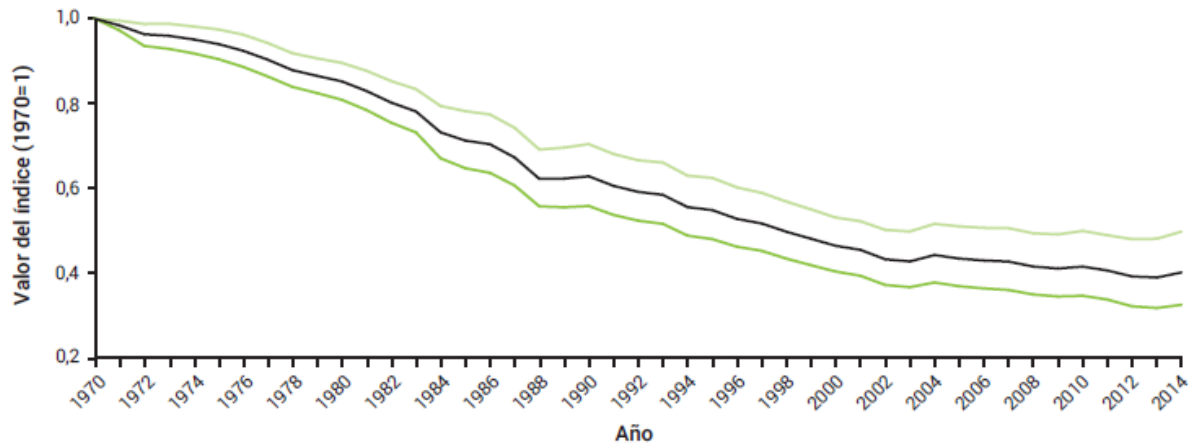
La crisis global provocada por el incremento explosivo de la población, sumando a la expansión de la civilización moderna con su modelo industrial de acumulación de riqueza, la globalización de mercados, la tecnología dirigida a intensificar la productividad, la ciencia integrada a la producción y el consumismo de bienes inútiles como base de la activación de los mercados, se han convertido en la mayor amenaza a la supervivencia biológica, ecológica, cultural y humana, (Toledo, 2019). Esto ha provocado problemas ambientales del mundo, lo cual se manifiesta en cambios en la superficie de la tierra como la contaminación de los cuerpos de agua dulce y la de los mares por sustancias tóxicas, metales pesados y materiales de lenta degradación, el calentamiento promedio de la superficie de la tierra, importantes alteraciones en ciclos del C,N y P, la pérdida acelerada de cobertura forestal, el abatimiento de la productividad primaria planetaria, las invasiones biológicas, y las elevadas tasas de extinción de especies y de variabilidad genética en poblaciones naturales y cultivos; cambios en la vida del hombre como el crecimiento absoluto y relativo de la pobreza, el aumento de la desigualdad, los conflictos religiosos e interétnicos, la concentración acelerada de poder político y económico, los procesos migratorios globales del campo a la ciudad y del sur al norte, genocidios, el gigantesco negocio de la minería, el petróleo y derivados, las drogas, armas y lavado de dinero a múltiples escalas, la pérdida de lenguas y culturas, así como la pérdida de patrimonio biocultural (Casas et al., 2017).

Se espera que la economía mundial crezca casi cuatro veces, con una creciente demanda de 80% más de energía, principalmente energía fósil y de otros recursos naturales. Estos cambios aunados a estándares de vida más elevados llevan implícita una transformación en los estilos de vida y los modelos de consumo, lo cual tendrá consecuencias considerables para el medio ambiente como la contaminación atmosférica, problemas en la congestión del transporte y la basura, las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) se elevarán en 50. El resultado sería el aumento de la temperatura media global de entre 3 °C y 6 °C, alterando los patrones de lluvia, incrementando el derretimiento de glaciares y hielos permanentes, lo cual provocaría un aumento del nivel del mar y aumentaría la intensidad y la frecuencia de fenómenos meteorológicos extremos, dificultando la adaptación de las personas, animales y ecosistemas (OCDE, 2012).

Aunque hoy ya se presentan cambios irreversibles en el medio ambiente se prevé que la degradación y erosión del capital ambiental natural continuarán hacia 2050, con el riesgo de que estas alteraciones irreversibles pongan en peligro dos siglos de crecimiento en los estándares de vida. La pérdida de la biodiversidad, la cual se debe a factores determinantes como el cambio de uso de suelo (por ejemplo, la agricultura), la expansión de la silvicultura comercial, el desarrollo de infraestructura, la ampliación de asentamientos humanos, la fragmentación de hábitats naturales, así como la contaminación y el cambio climático, continuará a pasos agigantados especialmente en Asia, Europa y Sudáfrica, amenazando el bienestar humano, en especial en el caso de los pobres de zonas rurales y las comunidades indígenas cuyo medio de subsistencia a menudo depende directamente de la biodiversidad y de los beneficios de los ecosistemas (OCDE, 2012). En la ilustración siguiente se puede ver el grave problema de la pérdida de la biodiversidad año con año.

Figura 2.1

Índice Mundial Planeta Vivo del Fondo Mundial para la Naturaleza y Zoological Society of London (2018).



Fuente: Fondo Mundial para la Naturaleza y Zoological Society of London (2018).

Nota: La línea central muestra los valores del índice, que indica una disminución del 60 % entre 1970 y 2014; las líneas superior e inferior representan los límites de confianza del 95 % en torno a la tendencia. Este es el promedio del cambio que se ha producido en el tamaño de la población de 4.005 especies de vertebrados, según los datos de 16.704 series cronológicas de hábitats terrestres, de agua dulce y marinos.

Fuente: Recuperado de Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA),(2019).

Asimismo la pérdida del agua dulce se verá aún más restringida para el 2050 ya que al haber 40% más de la población que hay hoy, aumentará la demanda mundial en un 55%, provocando que más de 240 millones de personas carezcan de acceso al agua. El agotamiento de los mantos acuíferos podría ser la mayor amenaza para el abastecimiento agrícola y urbano en diversas regiones. En cuanto al aire, se pronostica que la principal causa ambiental de mortalidad prematura en el mundo será la contaminación del aire ya que las partículas suspendidas aumentarán más del doble para el 2050 y alcanzará 3.6 millones cada año en el mundo (OCDE, 2012).

2.2. Debate del desarrollo sustentable

La noción de desarrollo sustentable tiene como antecedente inmediato el concepto de ecodesarrollo, el cual se comenzó a utilizar en el Primer Informe del Club de Roma sobre los límites del crecimiento que, junto con otras publicaciones y acontecimientos, pusieron en tela de juicio la viabilidad del crecimiento como objetivo económico del mundo. Ignacy Sachs (consultor de Naciones Unidas para temas de medioambiente y desarrollo) propuso la palabra ecodesarrollo como término de compromiso que buscaba conciliar el aumento de la producción con el respeto a los ecosistemas necesario para mantener las condiciones de habitabilidad de la tierra (Naredo, 1996). Posteriormente el concepto de desarrollo sustentable se desarrolló en el informe Brundtland, el cual consolida una visión crítica del modelo de desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo, destacando la incompatibilidad entre los modelos de producción y consumo vigentes caracterizados por el uso irracional de los recursos naturales, y la capacidad de soporte de los ecosistemas. Este informe define al desarrollo sustentable como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones, término que fue incorporado a los términos del Derecho Internacional en la Declaración de Río de Janeiro de 1992. En esta cumbre, los gobiernos adoptaron la agenda 21, la cual consiste en un consenso mundial y político respecto a la salvaguarda del medio ambiente en el que se enfatiza que la presión sobre la capacidad del planeta para sustentar la vida es una combinación de la producción con modalidades de consumo no sostenibles y el crecimiento de la población mundial que afecta los recursos naturales y se previene que de continuar la gestión incorrecta de los recursos nos enfrentaremos a grandes problemas ambientales (Moreno, 2008; Organización de las Naciones Unidas (ONU)., 2012).

El desarrollo sustentable, así como el cómo llevarlo a cabo ha sido motivo de múltiples debates por la manera en que se ha usado el concepto de dos formas diferentes, una de ellas para beneficio del mismo sistema capitalista y extractivista, respaldada en que se requiere el crecimiento económico para combatir la pobreza, sin siquiera estar cerca de

la verdadera resolución al problema de la sustentabilidad. Las principales críticas a esta concepción apuntan a lo siguiente: En primer lugar, la naturaleza cosificada para ser convertida en materia prima de un proceso económico, despojándola de sus implicaciones ecológicas, desconociendo la degradación que produce la actividad económica y buscando apropiarse de la biodiversidad de los países menos industrializados por su capacidad de absorción de carbono, para exculpar a los países industrializados por sus excedentes, provocando que en vez de reducir sus emisiones de CO₂ y de gases de efecto invernadero, estos las compensan transfiriendo sus costos a países que se encuentran por debajo de sus cuotas o son ricos en biodiversidad, comercializando con la naturaleza en forma de derechos de emisiones, poniéndole un precio muy bajo al daño ambiental a falta de un mecanismo de formación de precios de captura y creando nuevas formas de inequidad en la distribución ecológica de los derechos de apropiación y transformación de la naturaleza . Esta cosificación de la naturaleza se puede notar en el intercambio de tecnología de los países industrializados a cambio de la naturaleza de los países en vías de desarrollo, transacción en la cual los grandes consorcios transnacionales se apropian de la riqueza genética de los países biodiversos para luego invadir sus territorios con productos transgénicos cuyos riesgos ecológicos y a la salud están lejos de poder ser evaluados y cuantificados, los cuales destruyen las especies nativas, volviéndolos a los campesinos dependientes de los países industrializados para satisfacer sus necesidades alimentarias. Asimismo la privatización de los recursos naturales cosificados, produce desigual al despojar a los pueblos originarios de su vida productiva bajo las leyes colectivas, para beneficiar a unos cuantos que pueden pagarlos(Santiago Jiménez, 2009). Aunado a esto y en segundo lugar desviando la atención de la verdadera razón del calentamiento global del cual el modelo económico actual es responsable y con el desarrollo sustentable como estandarte, para reducir el calentamiento global se han permitido cambios en el uso del suelo y formas de cultivo, como la siembra directa y la aplicación de agroquímicos, aunado a la siembra de cultivos transgénicos. En tercer lugar, el uso del discurso del desarrollo sustentable que disfraza el uso de mayores normas de sustentabilidad y demanda de certificados verdes como formas de proteccionismo comercial, de

competencia por la calidad ambiental y la conservación ecológica. En cuarto lugar, la homogenización de la cultura, debido a la globalización que incentiva patrones de vida y consumo insustentables (Gutiérrez Garza y González Gaudiano, n.d.). Todas estas acciones en nombre del desarrollo sustentable están lejos de ser una solución efectiva a la sustentabilidad y a la equidad, simplemente porque siguen ligadas a la racionalidad económica, por lo que la forma que le han dado se llama desarrollo sustentable pero el fondo sigue siendo despojo y daño ambiental, todo al servicio del capital de los países industrializados quienes realizan la mayor destrucción del planeta (Leff et al., 2002).

Otra alternativa al desarrollo sustentable propuesta en los países del sur, se fundamenta en los estilos prehispánicos de desarrollo sustentable, caracterizados por la complementariedad de diferentes ecosistemas y territorios, bajo la percepción de la naturaleza como un proceso sinérgico e integrado y no como un aparador de objetos. En esta propuesta se optimiza el uso del trabajo a través de la diversificación de la producción, ajustándose a las condiciones ecológicas y al potencial ambiental de cada región, integrando actividades agroforestales con la caza, la pesca y la recolección de especies vegetales, apoyados en valores culturales, ideológicas, saberes, conocimientos, y cosmovisión integrados en la organización social y productiva. Estas condiciones permiten la supervivencia de diferentes poblaciones rurales y la sustentabilidad global del planeta, convirtiendo a la naturaleza en un recurso económico, pero también en un patrimonio cultural. Debido a lo anterior, los saberes indígenas (conjunto de conocimientos prácticos, experimentales y reflexivos, que han sido patrimonio cultural de los pueblos y se transmiten entre generaciones), y sus derechos de apropiación de la naturaleza, parte de una nueva racionalidad social en la cual el hombre es parte integrante de la naturaleza y no pretende dominarla, constituyen una alternativa al paradigma de la civilización occidental y a su modelo insustentable de desarrollo (Leff et al., 2002). El modelo de la Economía Solidaria y Ecológica pretende proporcionar un proceso para lograr asegurar las necesidades básicas de todos los miembros de la sociedad y resolver las necesidades más importantes en colaboración, y cooperación de todos los grupos sociales participantes organizados para efectuar el

cambio de manera intencional, es un proceso para fortalecer la comunidad y la sociedad, tomando en cuenta el impacto de nuestras acciones en cuanto a las relaciones entre grupos sociales, en los ecosistemas, y en el equilibrio planetario del que todos dependemos, con compromisos para asegurar el bienestar social y la sustentabilidad, y compartirlos. En esta propuesta, el individuo, junto con su comunidad tienen el derecho a un conjunto de servicios sociales y bienes materiales que garanticen un nivel de vida adecuado, según las posibilidades de la comunidad, pero nunca por debajo de lo que la comunidad considera una vida digna. Para ponerla en práctica es necesario que las comunidades sean autónomas pero que exista una solidaridad social con otras comunidades y que todos los involucrados participen en las decisiones, repartición de responsabilidades, distribución de beneficios, rendición de cuentas, e incluso la revocación del mandato de los dirigentes cuando no cumplan con los objetivos sociales; que las comunidades sean autosuficientes en su alimentación y en todas las formas que le sean posibles; y que logren la diversificación productiva que les permita realizar intercambio entre comunidades de una misma; y que realicen una gestión sustentable de los recursos (Barkin y Lemus, 2011).

Asimismo en América Latina existe una propuesta, fincada en la forma de vivir de las culturas originarias, que pugna por un modelo de desarrollo cuyo objetivo es revertir el deterioro en la calidad de vida de las mayorías y la degradación del ambiente, llamado Sumak Kawsay o buen vivir, el cual le da vida a las actuales constituciones de Ecuador y Bolivia, un modelo totalmente alejado al modelo civilizatorio (Barkin y Lemus, 2011). El buen vivir integra al ser humano a la naturaleza y el bienestar común, considerando que la naturaleza contiene al ser humano y si destruimos la naturaleza nos destruimos a nosotros mismos. La meta de esta propuesta es vivir bien, pero nunca a costa de otros o del ambiente, por lo que condena el extractivismo por sus impactos sociales y ambientales, la pobreza y la extinción de especies nativas, defendiendo los derechos de las futuras generaciones, por lo que pugna por una sociedad solidaria en la que participen los ciudadanos y el Estado, y en la que aprendamos a reconocer, respetar e incluso aprovechar la diversidad de saberes para la resolución de los problemas que nos

aquejan, proporcionándonos una alternativa más de desarrollo para nuestro mundo (Gudynas, 2011).

El concepto de desarrollo sostenible utilizado en esta investigación lo constituyen 4 dimensiones, la económica, la ecológica, la social propuesta por el informe Brundtland (World Commission on Environment and Development, 1987), y la dimensión cultural propuesta por la (UNESCO, 2005):

- a) Dimensión económica: El sistema económico está compuesto por los actores principales (hogares, empresas, y Estado), su función es la producción de bienes y servicios e ingresos que permitan la satisfacción de las necesidades materiales de los miembros de la sociedad, asegurar la existencia de una sociedad y contribuir al bienestar de la población y de la sociedad. El proceso económico es determinado por la distribución de los recursos e ingresos entre los actores y las condiciones específicas del tamaño de la población, bajo las condiciones y normas de un sistema económico específico (Brugger y Lizano, 1992). La dimensión económica del desarrollo sustentable implica considerar el valor de los recursos y servicios naturales finitos que fueron empleados en el proceso de producción, como un costo de la producción, evitando que el desarrollo económico implique su extinción (Riestra, 2018).

- b) Dimensión ecológica: La crisis económica internacional de 1973 puso en duda el modelo económico de crecimiento, que consideraba que la naturaleza ofrecería de forma ilimitada los recursos físicos (materias primas, energía, agua), y su compatibilidad con la conservación de los recursos naturales., haciendo evidente que si no los cuidamos no será posible cambiarlos por recursos artificiales. Los ecosistemas cumplen con funciones irremplazables y la vida en el planeta depende de ellos, ya que no es posible planificar el desarrollo, ni concebirse la vida humana sin el sustento de la naturaleza. La sustentabilidad en términos ecológicos propone

que la economía sea circular, diseñando sistemas productivos que sean capaces de utilizar únicamente recursos y energías renovables, no producir residuos, de producirse estos, vuelvan a la naturaleza como alimento de otro proceso, o se conviertan en el input de otro producto manufacturado (Artaraz Miñón, 2001).

- c) **Dimensión social:** Se trata de definir los principios para crear relaciones y condiciones sociales justas en un país o sociedad en la que los bienes básicos como la tolerancia, la solidaridad, la integración social, el bien común, el sentido de justicia, condiciones para una vida digna, la salud, la satisfacción de las necesidades básicas (alimentos, vestido, vivienda, derechos políticos elementales, entre otros), son imprescindibles, y la satisfacción de estos permitirá al individuo desarrollar sus capacidades para forjarse una vida segura, autónoma y digna. En esta dimensión social está implícito el concepto de equidad intergeneracional que requiere considerar en la toma de decisiones que afecten a lo ecológico, a lo social y a lo económico, los costos de desarrollo económico presente, la demanda de generaciones futuras, los grupos hasta ahora más desfavorecidos; y la equidad entre países, que demanda cambiar los abusos de poder por parte de los países desarrollados sobre los que están en vías de desarrollo (Artaraz, 2001).
- d) **Dimensión cultural:** La sustentabilidad no sólo debería promover la productividad de la base de los recursos y la integridad de los sistemas ecológicos, sino también los patrones y la diversidad cultural de los pueblos. La sustentabilidad cultural comprende la situación de equidad que promueve que los miembros de una comunidad o país tengan acceso igual a oportunidades de educación y aprendizaje de valores congruentes con un mundo crecientemente multicultural y multilingüe y de una noción de respeto y solidaridad en términos de sus modos de vida y formas de relación con la naturaleza. La dimensión cultural del desarrollo permite apreciar la importancia de la creación material e intelectual para las generaciones actuales y futuras, tanto como la preservación del medio ambiente, estableciendo criterios para salvaguardar lo creado por los grupos étnicos y la humanidad en su conjunto. El Patrimonio Cultural

Inmaterial abarca: tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; artes del espectáculo; usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; y técnicas artesanales tradicionales. La inclusión de las técnicas artesanales tradicionales dentro de los ámbitos que abarca el Patrimonio Inmaterial constituye un importante reconocimiento al rol desempeñado por la creación artesanal en la producción y reproducción de los medios de vida de los pueblos a través de toda la historia y de su función como elemento de articulación entre los valores materiales y espirituales de una colectividad (la ciencia y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.).

2.3. Artesanía y medio ambiente

La artesanía es una expresión de la estrecha relación entre el hombre y la naturaleza de los antiguos pueblos mexicanos que trasciende con la transmisión de técnicas y saberes en los productos artesanales(Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010). A nivel internacional, la UNESCO define a los productos artesanales como: “los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente” (la C. y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 1997).

Las artesanías se encuentran en un mercado de compraventa, caracterizándose por el uso de técnicas transmitidas por tradición y por formas de creación que incluye elementos artísticos, estéticos, culturales, morfológicos, de uso y significado a las que está expuesto el artesano productor, bien sea por tradición o evolución, y es influenciada tanto por el desarrollo histórico, geográfico y marco sociocultural donde se producen, como, por elementos ajenos a la tradición provenientes de grupos externos al productor. La elaboración de una artesanía es un tipo de actividad que puede realizarse de manera individual o colectiva y promueve la cooperación y la organización. Muchas veces son elaboradas por la familias o comunidades ya que su elaboración contribuye a la consolidación de su sentido de pertenencia. El desarrollo de las habilidades manuales para realizar una artesanía comienza en el entorno familiar. Después desde los primeros años de la enseñanza la creación artesanal se asocia a las actividades de juego, combinándose el disfrute y la habilidad manual y hasta llegar el momento en que se incluye en una relación laboral (Navarro-Hoyos, n.d.).

Entre las características más importantes del proceso de producción artesanal son: operaciones poco especializadas, el material utilizado varía mucho de una producción a otras, las actividades las realiza una misma persona o un pequeño grupo con la responsabilidad de terminar la producción, los productos fabricados en un mismo proceso son muy diferentes, el artesano define el diseño del trabajo, el artesano utiliza todos sus recursos para transformar el material natural en artesanía, el proceso es más funcional en la medida en que el artesano mejora sus capacidades y habilidades individuales (Hernández et al., 2007). Se piensa que la artesanía deriva de un atraso tecnológico que provoca mayor esfuerzo para el artesano, sin embargo, la artesanía requiere que el artesano tenga un vínculo con el objeto, que le permita otorgarle atributos únicos, por lo que para crearla, el artesano debe dominar ciertas técnicas y habilidades manuales, aprendidas muchas veces de generación en generación que hacen que cada artesanía sea única, e inclusive podría incorporar avances de la ciencia como instrumentos o maquinarias apoyados en la fuerza motriz como el torno. Es común encontrarse con talleres artesanales que conservan las formas de organización gremial

en la que hay un maestro que es quien crea y define formalmente la obra, mientras que otros artesanos sólo participan del proceso como ejecutores, es decir en su reproducción o en la elaboración de partes del proceso, como la pintura o el corte de los materiales, pero esta no es la única modalidad de organizar el trabajo, pues en la creación artesanal se puede encontrar, desde el artesano individual que hace su obra en solitario, hasta comunidades o pueblos de artesanos (la C. y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2020).

2.4. Estrategias de comercialización para la artesanía.

2.4.1. Actores de la comercialización de la artesanía

La comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. En el sector artesanal, los cambios a nivel administrativo, orientados hacia la comercialización y el establecimiento de contactos con proveedores, clientes, y otros negocios de artesanías son muy importantes para aumentar las ventas. (Sánchez-Medina et al., 2011). La producción y venta de objetos artesanales se encuentra, en ocasiones, asociadas a universos culturales específicos, su comercialización es una de las dificultades más relevantes para este sector y la comunidad que lo rodea, en él entran en juego distintos actores y espacios que deben negociar y llegar a acuerdos en torno a un objeto que, en muchos casos, constituye la base del ingreso de los hogares de los artesanos (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile., 2013b).

La comercialización se refiere a la tarea de definir cómo, cuándo, dónde y a qué precio lanzar un producto; identificar el segmento al que atenderá el producto; dar a conocer el producto al mercado a través de la comunicación; seleccionar que tipo de promoción se utilizará para impulsar la venta del producto; y designar a los distribuidores. De esta

mezcla de tareas puede haber muchas combinaciones y el objetivo de la comercialización implica seleccionar la mejor combinación que lleve al producto al éxito en todos los niveles del mercado, tanto a nivel nacional como internacional. Para desarrollar esta mezcla se debe tomar en cuenta el tipo de producto que se desea comercializar, el perfil del consumidor al que queremos llegar o mercado y las variables del medio ambiente comercial (Hernández et al., 2002). En este proceso se pueden identificar a los principales protagonistas como son el productor, el consumidor y el escenario o medio como son los canales de comercialización.

El productor: Es quien asume, en la mayoría de los casos, la tarea de comercialización de su producto. Existen tres tipos de productores de artesanías en función de su comercialización, el primero es el artesano urbano; el segundo son los artesanos que practican la artesanía de tipo tradicional, transmitida fundamentalmente de sus madres y/o padres; y el tercer tipo son los artesanos que practican la artesanía típicamente indígena, pertenecientes a algún pueblo originario (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile., 2013a).

El consumidor: En la comercialización de artesanías se identifica dos tipos de consumidores, los consumidores finales y los intermedios. Los consumidores finales son individuos o instituciones que adquieren y conservan el producto artesanal, como el turismo nacional e internacional; y los consumidores intermedios son quienes adquieren productos de manera mayorista, ya sea con el objetivo de usarlos como obsequios e incentivos o con el fin de comercializarlos en otros espacios. Estos, ofrecen a los productores una oportunidad real de mayor distribución e inserción permanente en determinados mercados (Revista de Cultura y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 2009).

Canales de comercialización: Son espacios permanentes, temporales o itinerantes a través de los cuales se realizan las transacciones comerciales del objeto artesanal. En

el caso del producto artesanal los espacios de comercialización que tienen mayor relevancia son la feria y la tienda ya que ayudan a ampliar la distribución del producto, y a medida que aumenta su inserción en estos espacios aumentan también sus ingresos (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile., 2013b).

La comunicación del producto es la información que los artesanos proporcionan sobre el producto y su proceso a su cliente, lo cual, debido al tipo de producto artesanal es muy importante para valorar al producto y aumentar las ventas. La comunicación presenta al consumidor de una artesanía las ventajas del producto, materiales con los que se elabora, procedimiento utilizado, tiempo de elaboración, precio, durabilidad, beneficios, resistencia, problemas que resuelve, situaciones en las que se usa, aspectos funcionales y puedes incluir imágenes para enseñarlo. En este sector son muy pocos los artesanos que realizan comunicación constante con el mercado como estrategia de comercialización ya que le dan prioridad a la disminución de precios y mejora de la calidad como estrategia para aumentar las ventas, lo que provoca un aumento en la competencia de precios y la desvalorización del producto (Hernández et al., 2002).

El precio, es el valor monetario que debe pagar un consumidor por un producto artesanal, es protagonista en las estrategias de comercialización de los productos artesanales, al ser determinante en la compra del producto y generar fáciles ganancias. En el sector artesanal por lo general el dueño del negocio es quien fija el precio y este se ve influenciado por el conocimiento del artesano de sus costos de producción y por la valoración del artesano de su propio producto. Los artesanos por lo general establecen precios dependiendo del lugar de procedencia de sus clientes (nacional o internacional) independientemente de la reacción del cliente a este precio, esperando por lo general un regateo, ya que la artesanía depende mucho de la percepción, ya que un precio bajo de entrada podría hacer parecer que es de mala calidad (Hernández et al., 2002).

2.4.2. Retos de la comercialización de la Artesanía.

La artesanía desde la perspectiva de la comercialización posee una dinámica que abarca los ciclos de producción, circulación y consumo y se vincula con otros fenómenos críticos del contexto social actual como por ejemplo los problemas relativos al agotamiento de los recursos naturales y la crisis medioambiental; con la suplantación del trabajo manual por el industrial, los asociados con las migraciones del campo a la ciudad, los que atañen a las oscilaciones del mercado, particularmente en su vínculo con la industria turística, entre otros. El mercado actual cada vez más especializado y globalizado, pone a los artesanos y a las empresas comercializadoras de artesanías frente al reto de asumir el comercio de estos productos con un enfoque de eficiencia que implica la asimilación de los nuevos medios tecnológicos y comerciales capaces de potenciar el aporte de las artesanías a las economías nacionales. La aparición de empresas e intermediarios que mueven importantes cifras de valores comprando y revendiendo sin que llegue a los artesanos una justa remuneración por los productos que él fabrica, ha sido una práctica común en el mercado tradicional de la artesanía que tiende a incrementarse en las condiciones del mercado global. El riesgo frente a un uso inescrupuloso de los productos artesanales crece, por lo que cobra gran importancia todo lo relativo a la preservación del patrimonio, la protección jurídica y protección del trabajo creativo (Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), n.d.)

La venta directa es la forma tradicional de comercialización de un producto para los productores, ya sea de casa en casa o en la calle. Los productores que no están agrupados en cooperativas u organizaciones de artesanos enfrentan mayor dificultad para realizar mayor desplazamiento o pagar espacios de venta. Al tener menos opciones de comercialización, el precio de venta se mantiene en rangos bajos para favorecer la venta, lo que deja al artesano con una renta escasa que les mantiene en el límite de la sobrevivencia (Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), n.d.)

Una de las expresiones culturales que más directamente se vinculan a la industria turística es la artesanía ya que el producto posee la cualidad de sintetizar los valores simbólicos de una cultura. Esta estrecha relación tiene consecuencias positivas y negativas, por una parte, el turismo se convierte en un fuerte estímulo para la productividad y creatividad del artesano y en una importante fuente de ingresos y de mejoramiento de sus condiciones de vida; pero debido a la rápida circulación del producto y a los fines mercantilistas que pueden dominar por encima de los propósitos culturales, se presentan problemas como mantener la calidad de los productos, la adulteración de diseños y modelos tradicionales, y ciertos vicios, como presentar en calidad de autóctonos productos que pertenecen a otras culturas para satisfacer al mercado turístico (la ciencia y la C. (UNESCO); Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.).

2.5. El comercio justo como estrategia de comercialización de la artesanía.

El comercio es fundamental para la economía mundial, sin embargo, con la globalización las reglas del comercio internacional y las situaciones de los países respecto a ellas resultan poco equitativas acentuando cada vez más la diferencia entre los países del Norte y los del Sur. Actualmente los países del norte marcan las reglas del juego de competitividad y máximo beneficio, convirtiendo a los países del sur en proveedores de mano de obra barata y materias primas, incrementando su pobreza y las desigualdades con los países del norte, los cuales toman sus decisiones con base en intereses políticos y económicos (Martínez-Orozco et al., 2000).

2.5.1. Razón de ser del comercio justo.

El comercio justo es un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más

desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional. Asimismo esta definición se ha ampliado para incluir el comercio Sur-Sur refiriéndose a que el Comercio Justo opera desde la escala local y regional en una perspectiva de desarrollo integrado o auto centrado, y establece relaciones de intercambio hacia afuera respetando los principios de justicia, solidaridad y sustentabilidad, asimismo incorpora la necesidad de trabajar por lograr la soberanía y seguridad alimentaria en y desde el Sur, apoyando a los productores locales en el desarrollo de su productividad y eficiencia en armonía con la sustentabilidad de la naturaleza, revalorando y protegiendo la biodiversidad y el saber ancestral, recuperando la variedad de productos autóctonos en los patrones de consumo (Fretel et al., 2009).

El comercio justo es una relación de intercambio comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional , fortalece el entorno cultural, elabora productos de calidad, protege los derechos humanos, y contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados partiendo del supuesto de que los productores no trabajan sólo con el objetivo de obtener ingresos que cubran sus necesidades básicas, sino que también trabajan para mejorar las condiciones de vida de la comunidad en la que habitan, así como promover y participar en su desarrollo(Martínez-Orozco et al., 2000). La misión del comercio justo es privilegiar a los pequeños productores que han sido excluidos del sistema del comercio internacional y que tienen dificultades de acceso al mercado como familias, cooperativas, federaciones, talleres, empresas, etc. organizados en asociaciones de productores ya que debido a razones geográficas, económicas, por falta de experiencia o de recursos, no podrían acceder al mercado y mejorar las condiciones de vida de sus comunidades de manera individual (Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), 2019).

2.5.2. Principios del comercio justo y su correspondencia con los objetivos del desarrollo sostenible.

De acuerdo a la Coordinadora Estatal de Comercio, (2018), el comercio justo consta de diez principios obligatorios los cuales podemos ver en la figura 2.2.

Figura 1.2

Principios del comercio justo



Fuente: Recuperado de (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2018)

A través de estos principios se contribuye al avance de la Agenda de desarrollo de la ONU y comparte con ella no solo su finalidad sino también su perspectiva integral y la necesidad de crear alianzas, su correspondencia la podemos ver en la tabla 2.1.

Tabla 2.1

Concordancia del comercio justo con el desarrollo sustentable.

Objetivos del desarrollo sostenible		Principios del comercio justo	
1	Fin a la pobreza	1	Oportunidades para productores desfavorecidos
		3	Prácticas comerciales justas
		4	Pago justo
		9	Promoción del comercio justo.
2	Hambre cero	1	Oportunidades para productores desfavorecidos
		3	Prácticas comerciales justas
		8	Desarrollo de capacidades
4	Educación de calidad	4	Pago justo
		5	No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso
		8	Desarrollo de capacidades
5	Igualdad de género	2	Transparencia y responsabilidad
		6	No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación.
8	Trabajo decente crecimiento económico	3	Prácticas comerciales justas
		4	Pago justo
		5	No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso
		6	No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación.
		7	Buenas condiciones de trabajo
10	Reducción de las desigualdades	3	Prácticas comerciales justas
12		2	Transparencia y responsabilidad

	Producción y consumo responsables	9	Promoción del comercio justo
		10	Respeto al medio ambiente
13	Acción por el clima	10	Respeto al medio ambiente
15	Vida de ecosistemas terrestres	10	Respeto al medio ambiente
		2	Transparencia y responsabilidad
16	Paz, justicia e instituciones sólidas	5	No al trabajo infantil ni al trabajo forzoso.
17	Alianzas para lograr los objetivos	9	Promoción del comercio justo

Elaboración propia, a partir de (Coordinadora Estatal de Comercio., 2018; Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), 2019).

En la tabla anterior se puede ver como cada Objetivo de desarrollo sustentable de la ONU en la fila izquierda, tiene correspondencia directa con los principios de comercio justo en la fila derecha. Como ejemplo del uso de la tabla podemos observar el ODS número 12, el cual pugna por una producción y consumo responsable para lograr el desarrollo sustentable, se encuentra en concordancia con el principio 2 de comercio justo referente a la transparencia y responsabilidad en la organización, el cual implica la organización debe ser transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales, ayudando a evitar fraudes, favoreciendo un consumo responsable, consciente con la sociedad y con el ambiente. Asimismo el principio 9 del comercio justo que aboga por que las organizaciones de comercio justo generen conciencia sobre el comercio justo y sobre la posibilidad de una mayor justicia en el comercio mundial y el principio número 10 del comercio justo, llamado respeto al medio ambiente que prioriza el uso de las materias primas de origen sostenible, ayudan al cumplimiento del ODS número 12 (Coordinadora Estatal de Comercio., 2018; Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), 2019).

Una de las mayores contribuciones del comercio justo al desarrollo sustentable es la plataforma básica de despegue, es decir la importancia que tiene para el pequeño productor el hecho de pertenecer a una cooperativa o a un grupo organizado con voz y fuerza, lo que lo habilita para dar un valor agregado a su producto realizando más pasos en la transformación de un producto de manera sustentable, garantizando la sustentabilidad del recurso en cada etapa del proceso, otorgando el componente ecológico, social y económico a la comunidad productora (García, 2011).

2.5.3. El comercio justo como estrategia de comercialización.

El comercio justo puede ser empleado como una estrategia de comercialización, ya que entre los criterios básicos del comercio justo se encuentran: la disminución de intermediarios, el establecimiento de una relación directa entre productores y consumidores, la aplicación de un precio justo y estable por el producto que permita al productor y su familia vivir dignamente, el establecimiento de contratos a largo plazo basados en el respeto mutuo, equidad, valores éticos, búsqueda del bien común y cuidado del medio ambiente. Para millones de pequeños productores, y artesanos, la existencia de mercados alternativos como el del comercio justo es una gran oportunidad para aportar a la adopción de relaciones más solidarias en la producción, la comercialización y el consumo. Este conjunto de características conduce a establecer un precio que alcance para satisfacer las necesidades de los productores, crear las condiciones para un desarrollo sustentable y a la transparencia comercial, ya que cuando los importadores compran directamente el producto bajo los criterios del comercio justo, el pago que reciben los productores es más alto (Fretel et al., 2009).

El comercio justo es multifuncional en el sentido en que además de utilizarse como una herramienta de mejora, administrativa, económica y social, es una estrategia poderosa de comercialización, promoción y diferenciación de la producción local

sustentable. La mayoría de los artesanos le dan mucha importancia a la calidad del producto y al precio bajo lo cual es suficiente para vender, sin embargo, esto conduce a una competencia intensa entre artesanos basada en estos factores obligándolos a vender productos de mejor calidad a precios más bajos cada vez. Es por esto que la diferenciación del producto artesanal es una característica deseable, ya que al agregar al producto algo que lo distinga de los demás ayuda a diferenciarse de entre la competencia (Hernández et al., 2007). Las certificaciones de comercio justo ayudan a identificar al producto artesanal y agregan valor a la oferta de los artesanos que las ostentan, diferenciándolos del resto, ya que el consumidor puede saber de dónde proviene el producto que está consumiendo, asegurarse de que éste no está contribuyendo a la degradación del medio ambiente, ni propicia la explotación de personas, lo cual mejora la imagen del producto y genera una ventaja competitiva sobre el resto de los artesanos. Otra ventaja para el consumidor de un producto de comercio justo es que al reducir el número de intermediarios los precios solo se elevan de manera moderada y este puede estar seguro de que el productor recibe el beneficio del precio pagado (M. Morales, 2017).

Debido a lo anteriormente mencionado, el comercio justo cumple con dos importantes misiones, propicia el cambio del modelo económico capitalista actual y se convierte en una herramienta de comercialización que genera valor.

2.6. El rol de las TIC como estrategia de comercialización sustentable.

Las TIC “comprenden un extenso conjunto de componentes de software, hardware, telecomunicaciones y técnicas e instrumentos de gestión de información”, que han reestructurado los sectores de la vida social, modificando referentes culturales, provocando que los individuos, instituciones, grupos sociales y la sociedad con mayor adaptación al cambio y a los nuevos entornos, optimicen de mejor manera los recursos

tecnológicos en su ámbito económico, político, cultural, institucional y cognitivo. La innovación tecnológica en la sociedad ha modificado a través del tiempo las formas de producir en todos los sectores, agricultura, industria, comercio, etc. El desarrollo de tecnología debe trascender de un objeto de información y conocimiento, utilizado como herramienta de uso práctico para el mejoramiento de la producción, a su inserción como un componente cultural en la vida cotidiana de los individuos y la sociedad cambiando las estructuras de pensamiento y las formas de producir conocimiento (Brady et al., 1999; Pacheco-Méndez, 2017).

De acuerdo a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), (2020) las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) forman la columna vertebral de la economía digital actual y tienen un enorme potencial para avanzar rápidamente en los Objetivos de desarrollo sustentable (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y mejorar la vida de las personas de manera fundamental. Estas pueden funcionar como catalizadores que aceleran los tres pilares del desarrollo sostenible: crecimiento económico, inclusión social y sostenibilidad ambiental, además de proporcionar un medio innovador y efectivo de implementación en la interconexión. Sin embargo, esto solo es posible en la medida en la que se profundice en las afectaciones que producen en la sociedad, y se trabaje para superarlas.

La apropiación de las TIC es un proceso tanto social como cultural, ya que la capacidad de las sociedades de asimilar el avance tecnológico disponible depende de sus condiciones socioeconómicas, políticas y culturales, otorgándole a cada región características propias de rezago, desigualdad e inequidad. Esta brecha digital de desigualdad separa a muchas comunidades y sectores de la sociedad que no tienen acceso a esta tecnología por la acción de múltiples factores que no se han atendido adecuadamente por los gobiernos y organismos de diferentes niveles. La pobreza de una persona aumenta tanto como disminuye su capacidad de utilizar las TIC, ya sea

porque no dispone de ellas o porque no sabe usarlas, abriendo una brecha de desigualdad en todos los niveles. A nivel mundial, entre las regiones y países ricos en infraestructura tecnológica y los pobres en este tipo de infraestructura, A nivel país esta brecha se abre entre los sectores sociales que tienen las posibilidades de contar con ellas y los que no. A nivel generacional las personas de edad avanzada encuentran más dificultades para incluir a las TIC en su vida diaria, en comparación con las nuevas generaciones. A nivel género, las estadísticas demuestran que los hombres tienen mayor acceso a las TIC que las mujeres. Para evitar, y superar esta brecha, y poder lograr un desarrollo sustentable con las TIC, es necesario que todas las personas puedan apropiarse de ellas, por lo que no basta con tener las herramientas o instrumentos, sino que también es necesaria la formación para saber usar todo su sistema tecnológico (internet, teléfono móvil, dinero electrónico, redes sociales etc.), y con esto lograr integrarse plenamente en la sociedad de la información. Por tanto, es necesario generar políticas públicas que creen espacios iguales de alfabetización digital en todos los niveles educativos y sociales, contar con la infraestructura de TIC adecuada, construir un sistema educativo basado en la formación continua debido a la rápida obsolescencia de las TIC en el tiempo, y la adaptación de los procesos de aprendizaje a las diversas culturas, lenguas y niveles de formación previa de las personas, haciendo universal la educación en TIC (Echeverría, 2008).

Tomando en cuenta las oportunidades de mejora en la sociedad, las TIC pueden ayudar al desarrollo sustentable contribuyendo en varias áreas, en la salud pueden garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos, conectando los servicios sanitarios alrededor del mundo con información y estadísticas necesarias para aprender y prepararse para brotes de enfermedades, hacer proyecciones, alertar a las poblaciones, difundir procedimientos; en la educación ayudan a garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje al llevar el aprendizaje en formato online, el cual se ha convertido en una de las tendencias más importantes en educación y una industria en crecimiento, permitiendo

a los estudiantes utilizar los dispositivos móviles para acceder a los recursos de aprendizaje en cualquier momento y lugar, rompiendo barreras económicas, físicas y de desigualdad de género, permitiendo a la educación llegar a zonas rurales y urbanas y a cualquier persona sin distinción alguna. Las TIC permiten tener los contenidos de aprendizaje a la mano y a un menor precio, ayudan a la ecología al disminuir la impresión de libros; pueden evitar la desigualdad entre las personas al permitir el acceso a la información y el conocimiento en línea a los segmentos desfavorecidos de la sociedad. El uso de metadatos, incluido el monitoreo satelital, juegan un papel crucial en el monitoreo global del cambio climático, fortaleciendo la capacidad de recuperación al ayudar a mitigar los efectos del cambio climático, la utilización sostenible de los océanos, promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, la gestión sustentable de los bosques, la lucha contra la desertificación, detener la degradación del suelo y la pérdida de biodiversidad. Sin embargo, hoy el análisis de big data y la minería de datos representa un problema por la inmensa cantidad de datos y el tiempo de obtención (UIT, 2020).

Las empresas de todo tipo desde artesanos hasta multinacionales, como parte de la sociedad y la cultura en la que se desarrollan, están inmersas en este proceso de adopción o rezago e inequidad, debido al acceso o carencia de los avances tecnológicos, entre ellos las TIC. Ante una economía donde el conocimiento constituye al mismo tiempo un recurso estratégico y productivo, y considerando el poder de comunicación y conocimiento al servicio de todos; la competitividad de cualquier tipo de empresa depende de la inversión que se realice en TIC. Éstas conducen a la transparencia en los mercados y revolucionan la manera de hacer negocios, razón por la cual su adopción y utilización proporciona valor a la oferta de la empresa, mejorando su competitividad (Jiménez y Martínez, 2006). Como parte importante de la comercialización de una empresa, la distribución comercial utiliza TIC para mejorar sus procesos, cambiando la forma clásica de llevar a cabo los intercambios e introduciendo en la distribución comercial nuevas formas de organización y coordinación, costes

menores de marketing, la posibilidad de ofrecer servicios nuevos a través de ellas, redefinición de los segmentos de mercado y reformulación de las actividades tradicionales. En el consumidor final, las TIC han incentivado nuevos hábitos y cambios en el comportamientos de compra, la demanda de nuevos servicios y productos que antes no estaban a su alcance y la aparición de nuevos formatos comerciales adaptados a las necesidades de los consumidores finales (Jiménez Zarco y Martínez Ruiz, 2006).

CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se presenta un panorama general de la actividad artesanal en México y, en particular en Yucatán, para posteriormente centrarnos en los aspectos ambientales de la artesanía de madera de Dzityá.

3.1. Panorama ambiental de la artesanía en México.

3.1.1. Importancia de la artesanía para México.

En 2018 el sector cultural aportó el 3.2. por ciento del PIB de México, equivalente a 702, 132 millones de los cuales las artesanías aportaron el 18.8 por ciento. Aunado a esto de las 126 577 691 personas que somos en México, el sector cultural proporcionó 1,395,669 puestos de trabajo (INEGI, 2018). En cuanto a la aportación del gasto de los hogares en bienes y servicios culturales, el monto ascendió a 157,654 millones de pesos, esto es, 44 de cada 100 pesos del gasto total de los hogares se gastó en cultura, lo cual fue 13 veces mayor al que realizan los visitantes extranjeros y 2.3 veces más de lo que gasta el gobierno en este concepto (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2012).

El oficio artesanal es uno de los más antiguos de la humanidad (la C. y la C. (UNESCO). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, 1997), y de acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (ENCCUM) 2012, la población de 12 años y más, que se dedica a la artesanía es de 12,054,309 personas, de los cuales, 7,533,943 se encuentran en poblaciones de 15 mil y más habitantes, y 4,520,366 en poblaciones de 14,999 y menos. El 48% de estos artesanos cuentan únicamente con estudios de nivel básico (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2012). En el año 2014 las artesanías aportaron 91, 612 millones de pesos al Producto Interno Bruto, contribuyeron con el 20.3% del PIB del sector de la cultura, esto es, el 0.6% del PIB nacional, colocándose como la actividad

productiva y de mayor tamaño en el sector de la cultura, generando 339, 349 puestos de trabajo ocupados remunerados, esto es, 3 de cada 10 puestos ocupados en el sector cultural, correspondieron a la artesanía, la cual comprende actividades como cerámica, textiles, alfarería, cestería, madera, metalistería, lapidaria, cantería, vidrio, cerería, cartón y papel, talabartería, peletería, así como dulces tradicionales (INEGI, 2014).

En marzo de 2015, en Yucatán había 113, 328 trabajadores artesanales de los cuales el 90 por ciento percibía menos de 5 salarios mínimos mensuales, 94,858 hombres y 18, 470 mujeres. Para 2017, en Yucatán había un total de 119 tiendas de artesanía, de las cuales 74 estaban en Mérida; entre estas, las de la comisaría de Dzityá, haciendo notar la participación de la artesanía en el empleo de la población (INEGI, 2017).

3.1.2. Aspectos ecológicos de la actividad artesanal en México.

En México, como en el mundo, los problemas ecológicos como el aumento de la contaminación, escasez de alimentos, exterminio de especies nativas de cultivos por cultivos modificados, utilización del suelo y agua de los ecosistemas, eliminación de especies vegetales y animales nativas, la tala indiscriminada de árboles para establecer zonas habitacionales y para la explotación de los recursos maderables y el uso de millones de hectáreas para ganadería, han dado como resultado la pérdida de áreas forestales, la alteración de los ciclos hidrológicos, contaminación de suelo, agua y atmósfera, pérdida de ecosistemas y disminución de las poblaciones de animales. El 90% de las selvas se ha perdido, otorgándole entre 80 y 100 millones de hectáreas a la ganadería, y aproximadamente 20 millones a la agricultura; se estima que entre 400 y 800 mil hectáreas se desforestan anualmente, más de 60 millones de hectáreas están seriamente erosionadas y un 15% de la flora mexicana se ha declarado en peligro de extinción (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2009).

Este componente ecológico afecta en gran medida a la artesanía mexicana, ya que al ser un país biodiverso y pluricultural, los artesanos utilizan los recursos naturales para la creación de sus piezas, tanto como materia prima como fuente de inspiración, y han aprendido mucho de ellos, razón por la cual, muchas áreas en donde habitan se han conservado los recursos en buenas condiciones gracias a estos conocimientos (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2009). Existen en México 541 especies de plantas y 125 especies de animales utilizados para la elaboración de artesanías, de los cuales, 33 especies de plantas y 30 de animales están en peligro de extinción. De igual manera se usan en la producción artesanal recursos naturales como agua, minerales y energéticos, los cuales pueden ocasionar un gran impacto en la contaminación del agua, del suelo, emisión de gases, e impactar en la biodiversidad y las especies que habitan en zonas cercanas a las labores artesanales, ya que, si bien no son tomadas como materias primas, se ven afectadas con el empleo de productos químicos y la basura que se genera en algunos procesos artesanales. Comparando la actividad artesanal con otras actividades extractivas, en México la producción artesanal no representa un riesgo de explotación importante, sin embargo, debido a la gran presión que existe en la explotación de los recursos naturales y a las condiciones de carencias en las que viven muchas de las comunidades de artesanos, se han documentado casos en los que la demanda de ciertos recursos naturales en el uso artesanal ha mermado el recurso, lo cual, sumado a la explotación de otras industrias puede producir un daño o desequilibrio ecológico, causando que, al no existir la materia prima para producir, el artesano se ve obligado a adaptarse a los cambios del medio ambiente, cambiando sus materiales por un sustituto natural, un sustituto sintético, iniciar su propio cultivo o terminar la producción de este objeto, ocasionando que el trabajo artesanal desaparezca completamente (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2009; Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010).

3.1.3. Aspectos económicos de la actividad artesanal en México.

Otro componente importante en el ambiente en el que se desarrollan las artesanías en México es el componente económico. De acuerdo al FONART (2010) la rentabilidad es uno de los principales problemas de la artesanía mexicana debido a que la mayoría de los artesanos rurales son indígenas, viven en condiciones de pobreza, en lugares en donde no existen las condiciones mínimas para que puedan generar ingresos sustentables mediante la producción de artesanías, la mayoría venden a precios muy bajos su trabajo y los artesanos que deciden ampliar su escala de producción, enfrentan obstáculos como la ausencia de ofertas de financiamiento y asesoría para fortalecer sus formas de producción y comercialización (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010). La baja rentabilidad de las artesanías en México se debe también, a la alta competencia con productos industriales, locales y ahora con la globalización productos de todo el mundo, contra los que es imposible competir con su producción en masa, precisamente por la naturaleza del producto artesanal. Muchas artesanías aún sobreviven únicamente porque los productos industriales no tienen la capacidad de cargar el componente cultural en sus piezas. Otro componente de la rentabilidad artesanal es la lejanía de los centros de producción a los centros de venta, ya que su comercialización resulta complicada y cara de realizar si no se hace a través de un intermediario, provocando que incremente la cantidad de intermediarios, encareciendo la artesanía para el consumidor final, obligando al productor a vender sus productos a muy bajo precio y a los intermediarios a presionar por precios más bajos. De igual manera la propia subvaloración por parte del artesano de su artesanía y la poca valoración del mercado de la artesanía ocasionan una baja rentabilidad (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010).

A pesar de los problemas anteriores el artesano mexicano funge como generador de empleo, no únicamente propio, sino de familias completas que viven de la elaboración

de artesanías en un taller, brinda empleo a las personas que le surten de materias primas, a los comerciantes que venden las artesanías, y a los trabajadores que laboran en el Gobierno que tienen que ver con el sector artesanal, aportando un beneficio al país.

3.1.4. Aspectos sociales de la actividad artesanal en México

La falta de oportunidades ofrecidas a los productores de artesanías para acceder a capacitación en materia de competitividad, opciones de desarrollo tecnológico, así como la falta de información debido a la ubicación y lejanía de las comunidades donde habitan, imposibilita a los artesanos para tomar decisiones oportunas sobre producción, precios y mercados. La falta de estas oportunidades de crecimiento y desarrollo tienden a generar un círculo vicioso de condiciones de pobreza, privaciones y riesgos. El deterioro de las condiciones de salud es un efecto de las condiciones de pobreza y falta de información con las que viven los artesanos de México, utilizando técnicas que ponen en riesgo su salud, tal es el caso por ejemplo de los alfareros que usan el óxido de plomo, aunado a que muchos de ellos viven en comunidades sin infraestructura de salud y no cuentan con ningún tipo de seguridad social (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), 2010).

El envejecimiento y la pérdida del interés de la artesanía en el recambio intergeneracional, ha provocado que en la actualidad cerca del 80% de los artesanos tengan de 40 a 80 años de edad, observando un envejecimiento de la producción artesanal, y un importante decremento en la continuidad del oficio artesanal y la transmisión de la cultura en él inmersa. Las jornadas de trabajo de un artesano son inciertas, requiriendo a veces de más de ocho horas diarias para plasmar lo que sabe con sus manos, poniendo su mayor esfuerzo y sentimientos. Cuando un artesano llega a viejo, le es imposible ejercer su trabajo, sin embargo, tiene que luchar con sus limitaciones para poder producir y tener con qué sobrevivir, ya que no cuentan con

pensiones para el retiro. Esto se convierte en una de las razones por la cual los jóvenes ya no quieren aprender este oficio, ya que no les gusta el futuro del artesano, prefiriendo otros trabajos o emigrar más allá de sus fronteras (Sales, 2013).

3.1.5. Aspectos culturales de la actividad artesanal en México

La mayor parte de las artesanías en México, son herencia cultural de los pueblos precolombinos, por tanto forman parte importante de nuestra identidad histórica, siendo los artesanos los que mantienen viva esa historia, sin embargo, la falta de valorización del propio artesano y de la población en general de la importancia del componente cultural en la artesanía, como expresión de la riqueza cultural de nuestro país, sumado al resto de los componentes del ambiente en la artesanía en México, ponen en peligro de extinción la artesanía en México, lo cual tiene implicaciones culturales, ya que como ya se mencionó con anterioridad, cuando se deja de ejecutar cierta práctica artesanal se pierden siglos de tradición y riqueza cultural y con esto se empobrece culturalmente una comunidad (Sales, 2013).

Debido a lo anterior, es importante fomentar el desarrollo sustentable en las actividades artesanales de México, para lograr un desarrollo armónico entre los componentes económico, ecológico, social y cultural, ya que cualquier tipo de intervención que busque mejorar la calidad de vida de los artesanos y emplear sustentablemente los recursos debe incorporar el conocimiento del contexto de la producción artesanal; fortalecer la tradición campesina e indígena de diversificación de actividades para sobrellevar cambios en los mercados; incorporar el conocimiento tradicional que las poblaciones rurales han generado sobre su entorno a largo del tiempo; identificar y respetar las reglas internas de acceso y uso de los recursos naturales; escuchar y dar prioridad a las demandas locales para lograr una mejor apropiación de los proyectos por los pobladores; ofrecer alternativas que contribuyan a generar nuevos escenarios y nuevas herramientas que permitan a los artesanos

armar estrategias distintas que les permitan salir de la pobreza a partir de su trabajo; crear o reforzar la base organizativa local, reforzando la identidad y los proyectos colectivos que fomenten una mejor organización (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2009).

3.2. Comercialización de la Artesanía en México.

3.2.1. Retos en la comercialización de la Artesanía Mexicana

La comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. La importancia de la comercialización de la artesanía en México recae en el hecho de que, sin ingresos adecuados para satisfacer las necesidades de sus familias, los artesanos mexicanos han tenido que dejar el oficio y dedicarse a trabajos que les permitan cubrir sus necesidades, provocando que sus hijos pierdan el interés en este tipo de oficio, y que los padres artesanos no lo alienten, terminando en la desaparición paulatina del oficio del artesano. En la búsqueda de la satisfacción de sus necesidades los artesanos se han visto en la necesidad de adaptar sus productos modificando la esencia del trabajo artesanal, y en otros casos la calidad para satisfacer a un segmento de mercado que no aprecia la artesanía por su componente cultural y no valora el trabajo invertido en ella (García de Ochoa, 2016).

La comercialización de las artesanías mexicanas debe superar varios retos que les permitan a los artesanos satisfacer sus necesidades. Actualmente además de que no existe información precisa sobre los ingresos y las ganancias que obtienen los artesanos por la comercialización de sus productos, que permita dar un seguimiento a la situación de la artesanía ya que no se encuentran separados como una actividad específica en los datos del INEGI, es necesario realizar investigación de mercado para

detectar a consumidores potenciales, abrir nuevos mercados, y difundir la importancia de las características particulares que supone el proceso de producción artesanal del cual depende mucho el valor de cada pieza.

La valorización de la artesanía es un componente muy importante de la comercialización, de acuerdo con Novelo, (2004) citado en FONART, (2010). A pesar de que se percibe a la artesanía como un legado cultural, referente de la identidad nacional y de cada región, las artesanías mexicanas no se perciben como objetos costosos por lo cual el cliente no las valora y está acostumbrado a pagar poco por ellas. Para incrementar el consumo de artesanía en México es necesario realizar campañas de revalorización de las artesanías, ya que actualmente no se consideran un bien de interés, y los clientes prefieren optar por productos de venta en tiendas departamentales, galerías y otros como un símbolo de estatus social. Por lo cual es necesario trabajar en el posicionamiento de marcas colectivas y tiendas de artesanías que cambien el concepto de la “artesanía barata” y la posicionen como un bien de extremado interés y valor cultural (García, 2016).

Otro reto que debe superar la comercialización de la artesanía en México es el plagio, la piratería, la falta de legislación al respecto en México en cuestiones artesanales y la incapacidad de los artesanos de patentar sus marcas y diseños. Actualmente no existe legislación que les permita a los artesanos de México proteger sus artesanías del plagio y la piratería, en comparación con otros países que tienen legislación clara respecto a esto. Las artesanías mexicanas deben competir con productos piratas de china, pero no son los únicos que incurrir en estas prácticas, existen ejemplos de marcas que han plagiado los diseños artesanales, como la marca Nike en sus zapatos deportivos donde tomó y además patentó el arte llamado los ojos de dios y los venados azules, entre otros diseños relevantes para la cultura huichol, hasta el reciente caso de la empresa española Mango que reconoció haber tomado en uno de sus suéteres el bordado conocido como Tenango. Estos plagios se han dado en respuesta a la moda por lo tradicional (Cruz, 2017).

3.2.2. Oferta y Demanda de la artesanía en México.

La oferta de la artesanía en México es tan amplia como el número de estados, biodiversidad y culturas indígenas, abarca gran cantidad de ramas como la alfarería, el textil, fibras vegetales, madera, pintura popular, metalistería, tallado, escultura, torneado etc. y es realizada en muchas ocasiones a mano o con pocas herramientas. La artesanía es un producto con infinita variedad, una importante relación con los recursos naturales, y un bagaje cultural e histórico como componente de individualización, en el que el artesano plasma en cada pieza un reflejo de su propia cultura y folklor. Su valor reside en ese legado más que en el precio, es fácil de adquirir y sus características son definidas por su ubicación geográfica y los elementos del ambiente que la rodean (Flores, 2013).

La demanda de la artesanía depende principalmente del turismo, el consumo local entre comunidades y los propios artesanos, y la comercialización de artesanías con intermediarios. El primer canal de comercialización de la artesanía en México es la tradicional venta directa del productor al consumidor, o el intercambio de productos entre comunidades, el segundo canal de comercialización es vía intermediarios, el cual obedece a una demanda más local o regional de las artesanías, al igual que la venta directa; y por lo general se utilizan estrategias de fijación de precios regateables y algún tipo de promoción. El tercer canal de comercialización es el turismo ya que los visitantes a las comunidades artesanales adquieren las artesanías para llevarlas a sus lugares de origen por su originalidad y extrañeza. Asimismo existen otros medios de comercialización de la artesanía no tan importantes o conocidos como las instituciones Mexicanas, ya que de acuerdo con el Sistema de Información Cultural de CONACULTA, citado en García, (2016) en México existen 152 institutos que, además de promover la comercialización también tienen como objetivos la difusión,

investigación y la revalorización del trabajo artesanal, la venta por internet, entre otras menos desarrolladas (García de Ochoa, 2016).

En México existe un gran mercado potencial para la cultura, en el que la transmisión de los rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a la sociedad mexicana, ya que de acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (ENCCUM 2012), el gasto total por la adquisición de bienes y servicios culturales de los hogares ascendió a 122,268.9 millones de pesos, de los cuales el 47.1% se destinó a la adquisición de productos culturales en la vía pública, el 17.6% se gastó en la adquisición de productos culturales vía internet, (INEGI, 2014). Las artesanías como patrimonio cultural inmaterial pueden ser insertadas en cualquiera de los canales en los que la cultura se desarrolla, siendo estos muy variados como se puede observar en la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012, la cual arroja que el 62% de la población asistió en el último año al menos en una ocasión a algún sitio o evento cultural; a las fiestas tradicionales, ya sean religiosas, cívicas o patrias, o bien carnavales asistió el 60% de la población en al menos una ocasión; a las ferias y festivales artísticas y culturales asistieron en al menos una ocasión 80 millones de personas en el año 2012,; a los talleres y cursos culturales asistieron más de 36 millones de personas durante el año 2012; y a los sitios no establecidos como los mercados sobre ruedas, tianguis, puestos ambulantes o en la vía pública, asistió 37% de la población alcanzó un monto total en estos sitios de 57 mil 615 millones de pesos en el año 2012, realizado en un 54% por mujeres, y el 30% lo realizaron personas entre los 30 y 49 años de edad. Lo anterior demuestra el interés de la población en la cultura y abre un abanico de oportunidades de introducción de las artesanías a estos sitios en los que se encuentra el mercado meta artesanal (INEGI, 2014).

De igual manera la ENCCUM 2012 también captó la población que usa internet por motivos culturales obteniendo 10,993, 572 560 accesos en el año 2012, de los cuales el 55% fue realizada por hombres, las personas cuyo rango oscila entre los 18 y 29 años navegaron en Internet por motivos culturales en un mayor número de veces y se gastaron en este tipo de actividades 21 millones de pesos, demostrando que el internet es un canal que puede permitir la comercialización de productos artesanales más allá de los lugares de producción y de las fronteras nacionales, sin implicar gastos de traslado y disminuyendo la dificultad de traslado de algunas piezas de gran volumen (INEGI, 2014). FONART reconociendo el valor de la venta de artesanía por medios electrónicos, trabaja en una plataforma de venta online de artesanías (García de Ochoa, 2016), sin embargo ha hecho un trato recientemente con la empresa AMAZON en su nueva plataforma Amazon Handmade para colaborar en la distribución y venta de algunas de las artesanías mexicanas demostrando que como toda empresa, buscando generar ganancias, reconoce el potencial del mercado cultural en México (Cruz, 2017).

Todos los anteriores escenarios son ideales para la comercialización de la artesanía, sin embargo, no se tienen registros exactos de la venta en estos lugares exclusivamente de artesanías y de la posibilidad de acceso de los artesanos a estos escenarios, pero se puede notar que existe un mercado demandante potencial y que las actividades culturales que captan un mayor público son las que se refiere a los sitios y eventos culturales seleccionados, es decir a espacios como teatro, sitios históricos, religiosos, arqueológicos, museos, bibliotecas, cine, entre otros, en segundo lugar le siguen las fiestas tradicionales a las cuáles asistió más de la mitad de la población en al menos una ocasión (INEGI, 2014).

3.3. El comercio justo y su implementación en México.

3.3.1. Empresas de comercio justo exitosas.

El comercio justo tiene un gran impacto en el fortalecimiento de las organizaciones de productores: aprendizaje y acceso al mercado, acceso al crédito, mejoramiento de la calidad del producto y de la credibilidad de la organización, acceso a proyectos de desarrollo, establecimiento de nuevas redes y contactos nacionales e internacionales. En la vida de las familias se puede observar una mejora en el autoestima de los productores humildes e indígenas, se favorece el desarrollo y el acceso a nuevos servicios como transporte, centros de capacitación, centros de salud, y el papel de la mujer se ve fortalecido al ser una organización democrática (Johnson, 2004).

Un ejemplo exitoso de comercio justo es la empresa UCIRI, cuyos miembros son indígenas zapotecos, mixes, mixtecos y chontales de la región del Istmo Oaxaqueño. Esta empresa es cofundadora del sello Max Havelaar, y ha logrado establecer un círculo virtuoso entre el comercio justo, la organización de productores y el desarrollo local, impulsando la producción de café orgánico. Con ayuda de sus integrantes ha constituido grupos de trabajo voluntario, ha instalado una bodega de almacenamiento y distribución de productos básicos, ha organizado la producción de cultivos de autoconsumo: maíz, frijol y sobre todo hortalizas. Cuentan con una tienda de herramientas e insumos agrícolas en la ciudad de Ixtepec, la cual establece precios preferenciales para sus asociados, promueve la capacitación de promotores de salud en cada pueblo, el funcionamiento de farmacias comunitarias que distribuyen productos elaborados por los propios habitantes a partir de plantas y productos naturales. Asimismo, cuenta con un centro de Capacitación Campesina que representa la permanencia intergeneracional de la organización en el campo de la cafeticultora.

Otra marca que practica el comercio justo aún sin estar certificada es Corazón verde, la cual ayuda al desarrollo integral de sus miembros, es una iniciativa de la cooperativa Ya Munts'i B'ehña, ubicada en el Valle del Mezquital, y de Ñepi Behña, en la Ciudad de México. Nace como propuesta para abrir un mercado alternativo a las artesanas, donde se valore su creatividad y reciban un precio justo por su trabajo, creando un enlace más directo entre productoras y consumidores. Comenzaron promoviendo sus propios productos y después invitaron a otras organizaciones de mujeres indígenas de México a unirse. Las cooperativas son las que fijan el precio, cuidando que sea justo para la artesana y para el consumidor, evitando prácticas de explotación y garantizando que todas las artesanas reciben el mismo precio por el mismo trabajo. Las artesanas valoran su arte y sus conocimientos ancestrales, buscan apoyar difundir y fomentar las culturas de sus pueblos, sus técnicas y saberes tradicionales, alientan la producción y desarrollo de productos propios de tradición cultural, hechos con recursos propios naturales, buscando preservar, difundir y recrear este arte, están en la defensa de los diseños originarios y a la vez crean diseños nuevos combinando tradición e innovación. que ponen en práctica en cada artesanía (Corazon Verde, 2020).

3.3.2. Comercialización desde la perspectiva del comercio justo en México.

Una estrategia de comercialización nacional de productores certificados y el cumplimiento de los reglamentos de comercio justo deben estar enfocados en ayudar en el desarrollo de un mercado interno más próximo al productor y a cumplir normas que valoricen productos cuya demanda interna es alta, cuando no son apreciados en el mercado internacional (Johnson, 2004). Una de las preocupaciones de los productores locales y regionales de comercio justo en México es el acercamiento entre productores y consumidores, el cual puede darse estableciendo redes de productores y consumidores o puntos de venta especializados. Una forma de realizar este acercamiento podría ser través de redes de economía solidaria, como las redes de

organizaciones rurales y urbanas en menor proporción, cuya propuesta es favorecer el intercambio de problemas y soluciones encontrados por los pequeños productores, por las mujeres y los hombres en búsqueda de actividades e ingresos complementarios. La empresa Coalición Rural México, es un ejemplo de este tipo de redes, la cual, es una alianza de 13 organizaciones de campesinos, indígenas y artesanos de zonas rurales y peri urbanas en México y de algunas cooperativas de consumo, en la que los pequeños productores de café, Jamaica, ajonjolí y cacahuete orgánicos, conservas de productos regionales, chile, algodón, cítricos, plantas medicinales y ornamentales, así como artesanía promueven acciones para el desarrollo comunitario en los Estados Unidos, en México y en otros países a través de la colaboración entre organizaciones mediante proyectos puntuales de comercialización que estrecharon los lazos entre organizaciones de ambos países.

Otra forma de acercarse al mercado es a través de las tiendas de productos naturales y de organizaciones de pequeños productores, así como de redes comerciales recientemente constituidas, las cuales son utilizadas por productores que intentan establecer estructuras de comercialización que implican un compromiso más significativo de los consumidores, y asumen el riesgo de la venta de sus productos en el mercado formal. Las tiendas de comercio justo o “comercio solidario” existen al parecer en numerosos estados de la república mexicana, la tienda Viva la Tierra, un eco Tianguis de Cuernavaca, Morelos, se constituyó en cooperativa con una experiencia de 7 a 15 años en organizaciones sociales, comercializa localmente siete líneas de productos de 110 organizaciones y empresas de 14 estados de la república, que deben cumplir los criterios ecológicos en cuanto a que el producto debe ser orgánico o en transición y el criterio social de que los productos deben ser de empresas productoras mexicanas (Johnson, 2004).

En cuanto a la promoción del comercio justo, portar un sello de comercio justo implica crear una mejor imagen de la empresa frente al consumidor al participar en la transformación, comercialización y/o venta de la materia prima o los productos y servicios de los pequeños productores; atraer nuevos clientes que simpatizan con la idea de ayudar a los productores; añade valor frente a los consumidores que ya le conocen; y el sello podría fungir como un certificado de origen del país productor. Sin embargo, un aspecto negativo de la promoción del comercio justo es que estas ventajas solo adquieren valor si el consumidor conoce el sello de comercio justo, sus características y prácticas que dice certificar. Lamentablemente este aún es desconocido para la mayoría de los consumidores en México, por lo que las promotoras del comercio justo deben incrementar sus esfuerzos para que el sello se reconozca entre el público en general, atrayendo con ello a nuevas empresas que vean la conveniencia de usarlo (Aguirre, 2005).

3.4. Uso de las TIC en México y Yucatán.

El proceso de desarrollo de las TIC, y la evolución de un país para convertirse en una sociedad de la información, se pueden representar con el índice de desarrollo de las TIC de la ONU, el cual se utiliza para monitorear y comparar desarrollos en tecnología de información y comunicación (TIC), medir el nivel y la evolución en el tiempo de los desarrollos de las TIC dentro de los países; el progreso en el desarrollo de las TIC en los países desarrollados y en desarrollo; la brecha digital, es decir, las diferencias entre países en términos de sus niveles de desarrollo de las TIC. México para 2017 se colocó en el ranking mundial del Índice de Desarrollo de las TIC en la posición 87 con un índice de 5.16 en comparación con el año 2016 que estaba en la posición 90 con un índice de 4.87, lo cual implicó un desarrollo en el uso de las TIC, en comparación con Islandia que tiene el 1er lugar en desarrollo de las TIC con un índice de 8.98. (Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)., 2017).

De acuerdo a la OCDE, (2010) el bajo nivel de desarrollo de México en el uso de las TIC se debe a problemas como que los servicios de banda ancha son los más caros de los países de la OCDE, las velocidades y los servicios existentes son inferiores a los disponibles en otros países, los precios de interconexión son altos, la interconexión se ofrece en puntos que no siempre son técnicamente eficientes y hay dificultades para aplicar sanciones por violaciones de interconexión. De igual manera las micro, pequeñas y medianas en México no han podido adoptar y apropiarse de las TIC debido a limitaciones como la falta de conocimiento y habilidades al respecto. Otros problemas en la apropiación de las TIC en México es la desigualdad de género, los programas educativos que no propician el acceso a ellas en todos los niveles educativos, la inexistencia de una agenda digital que incluya todos los sectores, ni un programa que instituya el acceso universal, ya que la infraestructura de acceso es muy deficiente. Los programas de uso de las TIC para ampliar la inclusión social son limitados, por lo que el avance social es rezagado en temas como satisfacción, desarrollo, inclusión y cohesión social. La influencia del sector privado local en México también juega un papel muy importante en el camino del sector de las telecomunicaciones y, en consecuencia, la falta de apropiación de las TIC, ya que, al no ser redituables por su pequeña población, terreno de difícil acceso o mayor pobreza, el acceso a esta infraestructura se ha visto limitado en este tipo de zonas (Rivera Hernández y Calva García, 2015; Rivoir, 2019; Rodríguez Gustá, 2014).

La OCDE implementó sugerencias que México debería aplicar para mejorar el desarrollo de este sector tales como mejorar las condiciones para la innovación, mediante la inversión en capital humano a todos los niveles y en todos los sectores de la economía, mejorar la gobernabilidad del sistema de innovación mediante una mejor coordinación entre los ministerios y organismos, una evaluación más sistemática y la descentralización de la política de innovación, mejorar el acceso de las PYMES a las nuevas tecnologías, así como su participación en las redes de conocimiento, apoyar la inversión en Investigación y Desarrollo de innovación, introduciendo reformas que garanticen una mayor eficiencia del gasto, en particular mediante el fomento de la

colaboración público-privada en áreas prioritarias, entre otras(OCDE, 2010). Por tanto, será de gran importancia la intervención del gobierno en la inversión en zonas rurales a las que las empresas privadas no consideran redituables, para así lograr el acceso de las personas que habitan en estas zonas a la infraestructura básica. De igual manera la apropiación de la tecnología es un ciclo que comienza cuando las personas deciden adoptar la tecnología y utilizarla como apoyo para sus actividades sociales, económicas, políticas o culturales, por lo que serán de gran importancia programas gubernamentales que ayuden a abrir el acceso a Internet de banda ancha (principalmente en escuelas estatales, centros de salud, oficinas gubernamentales y lugares públicos), uso de procedimientos administrativos electrónicos en el gobierno, mayor acceso a la información pública y la promoción del uso de las TIC, dejando que los pobres tecnológicamente hablando controlen su inserción y sus prácticas de estas tecnologías. Algunas empresas y organismos en México como CONEVyT, Estrategia Digital Nacional, Red Edusat, Intel Educar y Mi CompuMX y programas gubernamentales como e-mexico, agenda digital, EDN, fomentan el uso de las TIC como herramienta de inclusión social (OCDE, 2010; Rivoir, 2019).

La valorización y la demanda de los productos y servicios de alta calidad social y ambiental en las grandes ciudades mexicanas, ha motivado a la constitución de estructuras de comercialización en el ámbito nacional que defienden los principios de la agricultura orgánica y del comercio justo, incorporándose las TIC a este sistema de comercialización. La empresa Bioplaneta, cuya principal actividad es la venta en línea de productos de cooperativas de pequeños productores (productos alimenticios, productos naturales, artesanía) y servicios ecoturísticos, es una red nacional de cooperativas rurales sustentables, comprometidas con el medio ambiente, el comercio justo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados, a través de la cual las empresas comunitarias pueden capacitarse, mejorar su calidad, comercializar sus productos y servicios en forma justa y equitativa intercambiando conocimientos, experiencias, recursos, productos, y servicios de ecoturismo (Bioplaneta, 2020).

De acuerdo con el INEGI (2019) en México 44.9% de la población contaba con computadora, el 52.9% contaba con internet, el 92% contaba con televisión, el 47.3% cuenta con televisión de paga y el 92.2% contaba con teléfono celular o móvil (INEGI, 2019). De acuerdo con la Encuesta Intercensal (2015), en Yucatán: el 30.4% tienen computadora, el 30% conexión a internet, 82% disponen de un teléfono móvil, 93% cuentan con un televisor y el 50.2% con televisión de paga. De estos, en Mérida el 47.7% de la población cuenta con computadora, el 49.7% de la población cuenta con internet, el 92% cuenta con teléfono celular o móvil, y el 54.8% cuenta con televisión de paga (INEGI, 2016). De acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (2012) en México 10 993 572 560 de personas usan el internet por motivos culturales, de los cuales el 54.6% son hombres y el 45.4% son mujeres (INEGI, 2014).

3.5. Panorama ambiental de la artesanía de madera en Dzityá.

En Yucatán se elaboran artículos artesanales de diversos materiales, diseños y colores, que además de ser útiles, aportan belleza y elegancia a nuestro entorno y son parte de nuestro patrimonio cultural inmaterial, como son artefactos de carey, concha, caracol, madera y piedra tallada; joyería de filigrana en oro y plata; vasijas de barro; instrumentos musicales; tejidos de fibra de henequén y de algodón; bordados, aplicaciones de encaje, calados, y punto de cruz; ternos, guayaberas y hamacas; sombreros de paja y de palma del jipi; petates de junco y bejuco; bolsas y zapatos de piel; entre otras (Gobierno de Yucatán, 2020). Para elaborar artesanías en Yucatán se utilizan 73 especies de plantas y 20 de animales (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2009).

La localidad de Dzityá está ubicada en el noroeste del municipio de Mérida siendo una de las 47 localidades que lo conforman. Las principales actividades económicas de

Dzityá son la artesanía de madera y piedra, su permanencia es muy importante ya que generan la mayoría de los empleos de esta comunidad y forman parte de la identidad de la población debido al valor cultural que tienen (Ancona Ricalde, 2011). De acuerdo a Montejó (2015), la comunidad de Dzityá, Yucatán, muestra las características de una región en desarrollo como son bajo ingreso per cápita, bajos niveles de educación, índices de desnutrición, mala salud, corrupción, conflictos sociales, instituciones gubernamentales débiles, poco conocimiento del mercado al que sirven, emigración hacia la ciudad de Mérida en búsqueda de empleos debido a los bajos ingresos generados por la actividad artesanal de madera, debilitamiento del sentido de comunidad, falta de comercialización de los productos artesanales a precios justos, dificultad de obtención de la materia prima legal y certificada por CONAFOR, debilidad en diversos conocimientos económicos, sociales, ambientales y legales, falta de organización para el bien común del sector, de financiamiento, de participación en su propia capacitación y de una red de conocimientos consolidada que les permita capacitarse continuamente para obtener herramientas para la resolución de sus propios problemas, y pérdida del oficio en el recambio intergeneracional (Barrera Duran, 2017; Montejó, 2015).

En la localidad de Dzityá se identificaron 19 talleres de talleres de madera de los cuales el 95% son empresas familiares, en donde laboran alrededor de 75 personas cuyas edades de encuentran entre los 14 y 77 años, los más jóvenes son aprendices y los de mayor edad son los dueños de los talleres, el promedio de edad de los dueños de los talleres es de 50 años y su escolaridad promedio es la primaria. El 80% de los actuales artesanos aprendió el oficio de la madera poco antes de cumplir 15 años y desde pequeños están involucrados en las actividades del taller, sin embargo la transmisión del oficio a sus descendientes solo ocurre en un 57% de los casos (Ancona Ricalde, 2011; Montejó Murillo, 2015)).

3.5.1. Componente ecológico.

Los artesanos de Madera de Dzityá han percibido la presión en los recursos naturales finitos al adquirir su materia prima, ya que la aplicación de normas en materia forestal para proteger el guayacán, la madera que más utilizan para la elaboración de sus artesanías, tipificada como una especie en peligro de extinción, protegido por la Norma Oficial Mexicana NOM-059-SEMARNAT-2010 de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, ha encarecido, e incrementado el riesgo y la dificultad de conseguirlo. Esto ha obligado a los artesanos a generar procesos de que contribuyan a permanecer en el mercado competitivo al que se enfrentan utilizando maderas alternativas que cumplen los requisitos legales como el Tzalam, Chakaj, Belsinanché, Cedro, Chukum, Pich y Siricote, así como migrar a estas maderas los productos que realizaban originalmente como chocolateras, molcajetes y salsera a estas maderas, e innovando en otros productos como artículos de cocina y piezas (Ancona, 2011).

En 2008 los artesanos de madera enfrentaron un problema con PROFEPA ya que les fue incautada la madera que tenían en sus talleres, provocando que no pudieran trabajar muchos meses. Actualmente los artesanos cuentan con un documento legal que ampara la adquisición y posesión legal en sus talleres de madera proveniente de ejidos certificados por CONAFOR, sin embargo, en Yucatán solo existe un proveedor con ejidos certificados en manejo sustentable. El sector de la artesanía de madera presenta otras problemáticas ecológicas, como el impacto de los residuos de pinturas y tintas que desechan al suelo, ya que el 84% de los talleres utilizan tintes a base de aceite; el manejo de residuos como aserrín, astillas y pedazos de madera, emisiones de polvo, emisiones gaseosas por combustión y por el del proceso de preparación y mecanizado, emisiones atmosféricas de pintura y lacas, ruido, vibraciones, vertido de aguas residuales, etc. representan un ejemplo del daño ecológico que se está ocasionando a la atmosfera, al ecosistema, al suelo, a la biodiversidad y a las personas, con la artesanía de madera (Montejo, 2015).

3.5.2. Componente económico.

Los artesanos de madera de Dzityá perciben los mismos problemas de rentabilidad impidiéndoles tener condiciones de vida adecuadas. De acuerdo con Montejo (2015) el 58% de los talleres reciben una utilidad de entre el 17% y el 42%, mientras que el 48% manifestó tener una ganancia entre el 43% y el 68% lo cual se podría deber a la falta de estandarización de precios del sector, obteniendo ganancias muy diferentes de acuerdo con el precio fijado, o con el desconocimiento de sus verdaderos márgenes de ganancia. Los artesanos perciben un ingreso de entre los \$2,000 y los \$6,400 para los dueños de los talleres, y de entre \$1,800 a \$5,200 pesos mensuales para los empleados. Estos ingresos dependen de la demanda del producto y apenas son suficientes para satisfacer sus necesidades alimenticias por lo que muchos artesanos realizan otras actividades para complementar sus ingresos como la cría de animales de patio, cosechar, o se subemplea en negocios cercanos a la comunidad (Montejo Murillo, 2015).

El 42% de los artesanos de madera de Dzityá perciben que los principales obstáculos para su crecimiento son las ventas bajas y el precio alto del guayacán, lo cual les impide tener una utilidad suficiente para invertir en maquinaria, insumos y materia prima para producir a una escala mayor, aunados a otros factores como los precios bajos de la competencia, clientes morosos, y aumento del precio de los insumos (Montejo, 2015). De igual manera, a pesar de tener carencias de financiamiento, los artesanos de madera de Dzityá han logrado ser beneficiarios de algunas fuentes de financiamiento principalmente con instituciones bancarias como compartamos banco, los cuales han sido utilizados para adquisición de materia prima, maquinarias y herramientas; y uno de los artesanos obtuvo un recurso económico mediante un proyecto en la Secretaría de la Reforma Agraria, para acondicionar su taller (Barrera, 2017).

3.5.3. Componente social

Referente al tema de salud los artesanos de madera tienen carencias de salud, a pesar de que el 100% de los propietarios y las personas que colaboran en la realización de las artesanías cuentan con seguro popular, sin embargo la atención médica les es proporcionada en la comisaria y solo en casos grandes son canalizados al Hospital General Dr. Agustín O 'Horan , el cual no cubre de forma gratuita todos los padecimientos a los que están expuestos los artesanos de madera de Dzityá por la naturaleza de su trabajo (Barrera Duran, 2017).

En cuestiones de organización los artesanos de madera de Dzityá cuentan con dos formas de organización, una cooperativa de nombre "Artesanías de Dzityá S.C. de R.L. y la Asociación de Artesanos de Madera Torneada de Dzityá A.C. en la cual existe un descontento entre los miembros respecto a las funciones, acciones y liderazgo dentro de ella, falta de compromiso, compañerismo y responsabilidad con el grupo, falta de organización, trabajo en equipo, y concreción de planes, sin embargo, los miembros reconocen la necesidad de estar organizados. De igual manera cuentan con la marca colectiva Meya Ché para comercializar sus productos artesanales (Barrera, 2017).

No se percibe equidad de género en las labores artesanales ya que de acuerdo con Montejo, (2015), en su mayoría, los que se dedican a la tornería de piezas artesanales son hombres, y las mujeres se dedican únicamente a las labores de comercialización, acabados de la artesanía y limpieza de los lugares de venta.

El tema de capacitación es uno de los problemas más importantes que aquejan a la comunidad artesanal de madera de Dzityá, debido en parte al bajo nivel de escolaridad, por lo que las instituciones de educación superior se les han acercado para ofrecer capacitación y ayuda en diversos temas que los aquejan. El TECMILENIO les impartió una capacitación alrededor de dos años en temas de manejo de

computadoras, administración, mercadotecnia, contaduría, etc. del 2009 al 2011. Así mismo el Instituto Tecnológico de Mérida en su trabajo para lograr una red de conocimientos que ayude a superar los problemas de la comunidad de Dzityá, formada por diversos actores como la Asociación de Artesanos de Madera Torneada de Dzityá A.C., SEDUMA, SEMARNAT, Casa de las Artesanías de Yucatán, Unión de Museos Comunitarios, Municipio de Mérida, entre otras les ha impartido cursos desde el 2013, en temas empresariales, sociales, y ambientales de relevancia, a solicitud de la comunidad artesanal y de acuerdo a las problemáticas diagnosticadas por el ITM. De igual manera ha trabajado con ellos en el reforzamiento de la conciencia ambiental, uso de productos verdes e innovadores, uso de la computadora y el internet como herramientas, presencia en los medios electrónicos a través de las TIC, entre otros (Barrera Duran, 2017).

3.5.4. Componente cultural.

A pesar de no tener registros del inicio de la artesanía de madera en Dzityá, el tallado en madera es una actividad que se remonta a la época prehispánica, pues los antiguos mayas trabajaban la madera para proveerse de instrumentos de trabajo, musicales, objetos ceremoniales y mobiliario, y fueron los frailes quienes enseñaron a los indígenas nuevos diseños y técnicas para un mejor desempeño del trabajo con madera. (Gobierno de Yucatán, 2020). El tipo de artesanía que se produce en Dzityá con el torno eléctrico, una modernización del torno manual que se usaba antiguamente, son piezas de madera como batidores, molinillos, utensilios de cocina, servilleteros en forma de frutas, chileros, salseros entre otros. Estos diseños están cargados de los conocimientos y la cultura de las generaciones anteriores, que aprendieron a realizar de sus padres y éstos aprendieron de los suyos, transmitiendo sus conocimientos de una generación a otra. La cercanía con la ciudad de Mérida ha ido transformando la idiosincrasia y las costumbres de Dzityá, lo cual ha dado como

resultado entre otras cosas la pérdida paulatina de la lengua Maya entre sus habitantes (Montejo Murillo, 2015).

En Dzityá cuentan con un Museo Comunitario llamado "Puksi'ik'al Ché", el cual surge como iniciativa de los artesanos de madera, con la finalidad de mostrar la historia y las características de las artesanías de la comunidad y así contribuir al rescate de la actividad artesanal, preservando la cultura e identidad del pueblo. Este museo pertenece a la Unión Estatal de Museos Comunitarios de Yucatán, pero no cuenta con fondos para el pago de sueldos, ni tiene apoyo de ninguna institución de gobierno, por lo que opera con voluntarios de la comunidad que donan su tiempo para la organización y control del mismo y recibe donativos que son utilizados para el mantenimiento, limpieza y actividades con la comunidad. Entre sus actividades se encuentra recaudar fondos para llevar a los artesanos miembros de la unión de museos a ferias artesanales en donde puedan comercializar sus productos y darse a conocer (Montejo Murillo, 2015).

3.5.5. Comercialización de las artesanías de madera en Dzityá.

En cuanto a la comercialización de sus productos el 80% de los talleres identifica como sus principales clientes a revendedores y distribuidores de Progreso, Quintana Roo, Campeche, Mérida, y el centro del país, así como para diseñadores yucatecos, y una mínima parte de los talleres vende al turismo, lo cual demuestra la falta de canales de comercialización para la artesanía de madera de Dzityá y la afectación que ocasiona a la utilidad de los artesanos el venderle a intermediarios ya que su utilidad se reduce al 15% al 30% sobre sus costos. Este mercado demanda principalmente objetos tradicionales, sin embargo, han apoyado en transmitir las necesidades del mercado al que sirven, alentando a los artesanos a innovar en objetos ornamentales y utilitarios de cocina principalmente, amigables con el medio ambiente. Actualmente, los

artesanos han añadido a su oferta objetos como porta velas, alhajeros, jarrones, platos hondos, pelotas de beisbol entre otros que cumplen una función utilitaria y decorativa (Montejo Murillo, 2015). Asimismo, los artesanos de madera de Dzityá han participado por invitación de la Casa De Las Artesanías en exposiciones artesanales en diferentes partes del país con apoyos gestionados por dicha institución y aportados por FONART, en donde los artesanos algunas veces cubren con una parte de los gastos y otras van con el apoyo total de la institución. Algunos artesanos comercializan sus productos a través de las sucursales de La Casa De Las Artesanías, sin embargo, lo hacen en menor proporción ya que consideran que el precio de compra de esta institución es injusto respecto al precio al que puede vender al público en sus tiendas o en ferias. De igual manera, los artesanos de madera asisten a ferias artesanales, dentro y fuera del Estado y han realizado actividades de fomento comercial en Dzityá, como es el Tianguis artesanal navideño anual en diciembre y la tradicional feria artesanal Tunich en la cual el municipio de Mérida es quien lleva la dirección, pero los artesanos son participantes activos en la organización del evento (Barrera Duran, 2017).

En cuanto a la competencia, el 84% de los artesanos de madera de Dzityá identifican a otros artesanos de madera como su principal competencia, lo cual se puede notar en la fuerte competencia de precios que sostienen entre ellos para lograr la supervivencia del propio taller sobre el de otro artesano, sin embargo, esto ha resultado perjudicial, negándoles la oportunidad de salir del círculo vicioso de pobreza al demeritar el valor de sus artesanías por ganar a los clientes. Por tanto es necesario que los artesanos transiten a un modelo cooperativo en el que sean una única instancia y no varias luchando en el mercado entre ellos, sino luchar juntos en el mercado para obtener mejores condiciones (Montejo Murillo, 2015).

3.5.6. Las TIC en Dzityá.

El 32% de los talleres en Dzityá cuentan con computadora, y solo el 10% la utilizan como apoyo en la administración del taller artesanal, lo cual es realizado por los hijos de los propietarios de los talleres. Únicamente 4 talleres cuentan con internet y computadora, 3 cuentan con página web o red social para promocionar y vender sus productos, el 89% cuentan con celular el cual es el principal dispositivo de uso de los artesanos para comunicarse con sus clientes, empleados, proveedores y familia a través de llamadas telefónicas y mensajes instantáneos. De los 15 talleres que cuentan con celular, 5 poseen página web o comercializan a través de las redes sociales (Montejo Murillo, 2015).

Los artesanos de la Asociación de artesanos de madera torneada de Dzityá A.C., en colaboración con la Universidad HEC de Montreal, Canadá y el Instituto Tecnológico de Mérida elaboraron en 2017 una página de Internet y redes sociales de esta asociación, las cuales les ayudan a darse a conocer y exponer las acciones que realizan con clientes, autoridades e interesados, sin embargo, no ha tenido impacto en la comercialización y en el caso en particular de la página de internet no se administra debido al desconocimiento del uso de esta herramienta (Barrera Duran, 2017). El desarrollo y crecimiento económico en las últimas décadas en el estado de Yucatán y su capital Mérida, no podría concebirse sin las asociaciones y las relaciones de confianza, entre empresarios, sociedad civil y gobierno, demostrando a su vez el ejercicio de gobernanza multinivel.

3.5.7. El COVID 19. Actualización del problema en Dzityá

Durante el 2019, a diferencia del panorama nacional, la economía yucateca creció 1.64% en promedio. El 11 de marzo de 2020 la OMS declaró la situación de pandemia

debido al SARS-CoV-2. A pesar de la respuesta del gobierno de Yucatán para proteger a las empresas y los empleos, en el primer trimestre del mismo año el crecimiento económico se contrajo -0.8% y de marzo a junio se perdieron 19,343 empleos (Observatorio Regional de Gobernanza y Coordinación Social ante el Covid-19, 2020).

En la comunidad de Dzityá se vivió el inicio de la pandemia con el cierre de los negocios incluyendo los talleres de madera de Dzityá, y por lo tanto el despido de ayudantes en dichos talleres. En agosto del 2020 con la reapertura comercial los talleres vuelven a abrir pero experimentan una disminución de los visitantes a la comunidad y en consecuencia una disminución de las ventas de artesanía de madera, lo que actualmente aún no ha cambiado y no se ve una pronta recuperación. Sin embargo, los artesanos han buscado procesos de adaptación a los retos que les ha planteado la pandemia y a lo largo de esta investigación llevaron a cabo un replanteamiento de las habilidades necesarias para hacerle frente, así como acciones voluntarias de adaptación al cambio de las formas de comercialización que conocían.

CAPITULO IV. METODOLOGÍA

En el presente capítulo se describe la metodología que se utilizó para responder a las preguntas de investigación y cumplir con los objetivos propuestos, las opciones metodológicas tomadas en cuenta, el tipo de investigación a realizar, y los instrumentos que se utilizarán. Es importante recordar que en medió del proceso de recolección de datos fue necesario realizar ajustes a la presente investigación debido al inició de la Pandemia del Covid-19, razón por la cual algunos objetivos fueron reajustados y algunos instrumentos de recolección fueron migrados a su versión vía medios electrónicos, por ejemplo, videollamadas, para adaptarse a las circunstancias adversas acontecidas.

4.1. Revisión de opciones Metodológicas

4.1.1. Investigación Acción participativa (IAP).

La investigación-acción participativa o investigación-acción (IAP) es una opción de conocimiento investigador capaz de generar nuevas teorías y metodologías en el acervo de las ciencias sociales, primando en este caso la elección de este enfoque por su potencialidad diferencial para afrontar el análisis complejo de la realidad social (Francés García et al., 2015). Es una metodología y filosofía de transformación y aprendizaje, en el cual participan dos procesos, conocer y actuar, que permite la expansión del conocimiento, y genera respuestas concretas a problemáticas que se plantean los investigadores y coinvestigadores, con el fin de resolver problemas que son significativos para un determinado grupo o colectivo que tiene el propósito o deseo de superarlos, concibiendo a la comunidad y a cada uno de sus miembros, como la parte sustantiva de la metodología (Ander-Egg, 1990).

Los actores sociales se convierten en investigadores activos, participando en la identificación de las necesidades o los potenciales problemas a investigar, en la recolección de información, les permite reflexionar, planificar y ejecutar acciones tendientes a las mejoras y transformaciones significativas en la toma de decisiones de aquellos aspectos que requieren cambios y en los procesos de reflexión y acción, convirtiendo los frutos de la investigación en insumos para mejorar y/o transformar sus propias prácticas sociales o educativas y favorece la toma de conciencia, la asunción de acciones concretas y oportunas, el empoderamiento, la movilización colectiva y la consecuente acción transformadora (Colmenares, 2012a).

En cuanto a los procedimientos, se comparten discusiones focalizadas, observaciones participantes, foros, talleres, mesas de discusión, entre otros. Se realiza un acercamiento al objeto de estudio, partiendo de un diagnóstico inicial, de la consulta a diferentes actores sociales, en búsqueda de apreciaciones, puntos de vista, opiniones, sobre un tema o problemática susceptible de cambiar (Colmenares, 2012a).

Por su parte, Latorre (2007) citado en Colmenares (2012), señala que la investigación-acción se diferencia de otras investigaciones en los siguientes aspectos:

- Requiere una acción como parte integrante del mismo proceso de investigación.
- Son más importantes los valores del profesional que las consideraciones metodológicas.
- Es una investigación sobre la persona, en el sentido de que los profesionales investigan sus propias acciones.

Colmenares, (2012) propone 4 fases para realizar la investigación acción participativa, las cuales están integradas por los investigadores involucrados con procesos

reflexivos permanentes. La fase I, consiste en descubrir la temática; la fase II, representada por la co-construcción del plan de acción por seguir en la investigación; la fase III consiste en la ejecución del plan de acción, y la fase IV, cierre de la Investigación, en la cual se sistematizan, categorizan y generan aproximaciones teóricas que pueden servir de orientación para nuevos ciclos de la investigación, creando un binomio entre el conocimiento y la acción.

- La Fase I, relacionada con descubrir una preocupación temática, se puede llevar a cabo con la búsqueda de testimonios, aportes y consideraciones de los investigadores interesados en la misma; además, con la práctica de un diagnóstico planificado y sistemático que permita la recolección de la información necesaria para clarificar dicha temática o problemática seleccionada.
- La co-construcción del plan de acción, como Fase II, implica algunos encuentros con los interesados, a fin de delinear las acciones acordadas por consenso que el grupo considere más acertadas para la solución de la situación identificada o los problemas existentes en un área de conocimiento, en una comunidad, una organización, en fin, en una realidad seleccionada.
- La Fase III se corresponde con la ejecución del plan de acción que previamente se ha coconstruido y que representa las acciones tendientes a lograr las mejoras, las transformaciones o los cambios que se consideren pertinentes.
- La Fase IV comprende procesos de reflexión permanente, durante el desarrollo de la investigación, además de la sistematización, codificación, categorización de la información, y la respectiva consolidación del informe de investigación que da cuenta de las acciones, reflexiones y transformaciones propiciadas a lo largo de la investigación.

Asimismo Francés et al., (2015), propone 3 fases de un ciclo de investigación acción participativa: Fase 1. Negociación de la demanda y estudio preliminar; Fase 2. Autodiagnóstico; Fase 3. Programación y puesta en marcha de acciones; y un paso de apertura de nuevos procesos como punto de reinicio o alimentación del ciclo.

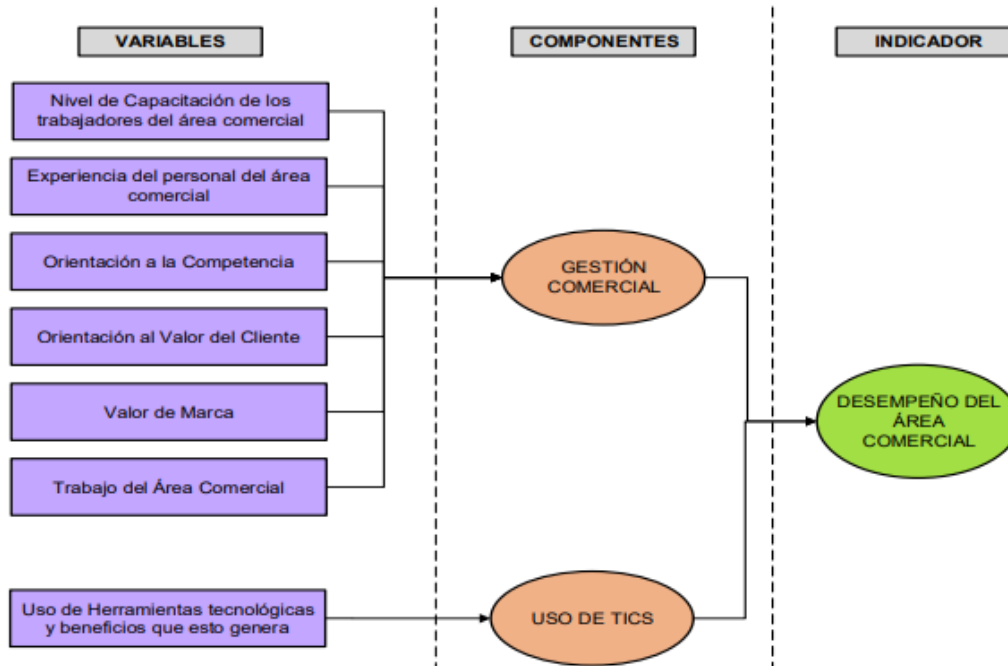
En esta tesis se utilizó el modelo de acción participativa de Colmenares (2012) de las 4 fases, las cuales implican procesos reflexivos permanentes que permiten adecuarse a los objetivos planteados de esta tesis y alimentarlo con herramientas propuestas por Francés et al (2015) por su alta concordancia en sus propuestas.

4.1.2. Modelo de comercialización con TIC.

Morales (2017), propone un modelo que considera dos componentes principales, el uso de TIC y la gestión comercial, los cuales influyen en el desempeño comercial de las empresas. Este desempeño se puede medir a través de variables como el nivel de capacitación, experiencia del equipo comercial, orientación a la competencia, orientación al valor del cliente, valor de marca y trabajo del área comercial. El componente uso de TIC está integrado por ítems que miden el uso de redes sociales, página web, correo electrónico, marketing digital y la mejora que esto podría producir en la gestión comercial (M. Morales, 2017). El modelo se muestra en la figura 4.1.

Figura 4.1

Modelo de desempeño comercial



Fuente: Recuperado de Morales, (2017).

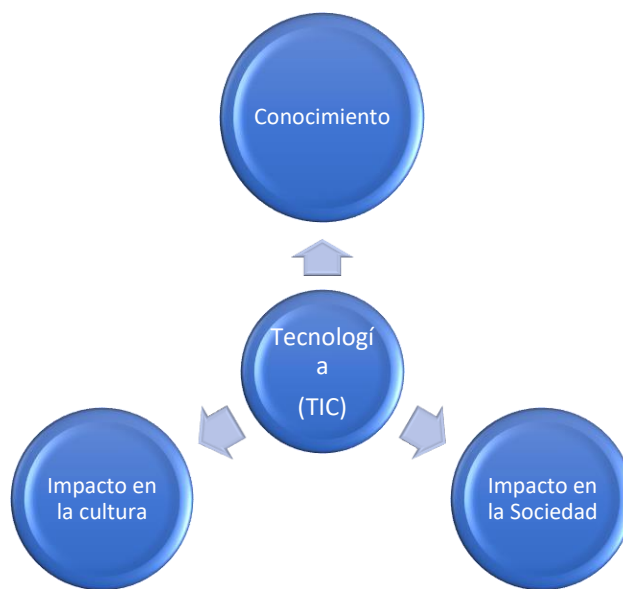
De esta metodología resulta de gran importancia la vinculación de la comercialización con las TIC por lo que se tomaron para esta investigación los componentes siguientes:

- El uso de TIC puede ser entendido como la utilización de toda aquella tecnología que se necesita para la gestión y transformación de la información, tales como computadoras, internet, redes sociales y sistemas de información.
- La Gestión Comercial o comercialización comprende el proceso desde el estudio de mercado hasta llegar a la venta o colocación del producto a disposición del consumidor o cliente, incluyendo las estrategias y políticas de venta y marketing Herrero, 2011 citado por Morales, (2017).

Sin embargo, para efectos de esta investigación fue necesario incluir una perspectiva complementaria que abordara, el impacto integral que tienen las TIC en la cultura y la sociedad, entendiendo que además de ser una herramienta de uso práctico o productivo y se han insertado como un componente cultural en la vida de los individuos y de la sociedad en general, reformando las estructuras de pensamiento, para lo cual presentamos el esquema de elaboración propia basado en Pacheco, (2017) en la figura 4.2.

Figura 4.2

Interrelación de las TIC con el conocimiento, la cultura y la sociedad



Elaboración propia a partir de Pacheco, (2017).

El objetivo de la utilización de esta teoría fue incorporar a las TIC como proceso y producto cultural, y del conocimiento, en el contexto de los artesanos de madera de Dzityá y vislumbrar el impacto en su dinámica social. En el esquema anterior se representa el impacto que tienen las TIC en la sociedad, en los procesos de conocimiento y en la cultura como promoventes de encuentros interculturales y que

pueden contribuir con nuevos sentidos colectivos, nuevas formas de representar lo real y nuevas formas de ver y actuar del mundo (Vivanco y Gorostiaga, 2017).

4.1.3. Modelo comercio justo y desarrollo sostenible.

Alarcón Díaz,(2018) propone un modelo metodológico para evaluar el comercio justo de una red de empresas, basada en dieciocho (18) categorías clasificadas en las dimensión económica, social y ambiental del desarrollo sostenible, las cuales se muestran en la tabla 4.3.

Figura 4.3

Categorías desde las dimensiones del desarrollo sostenible y los criterios de comercio justo.

1. Dimensión Económica	2. Dimensión Social	3. Dimensión Ambiental
1.1 Solidez de la organización	2.1 Toma de decisiones de manera democrática al interior de las organizaciones	3.1 Garantizar la sostenibilidad de sus actividades por medio de prácticas medioambientales y la aplicación de métodos de producción responsable.
1.2 Relaciones comerciales justas	2.2 Compromiso a la equidad de género	3.2 Procesos formativos en prácticas agroecológicas
1.3 Pago de un precio justo	2.3 Condiciones de trabajo y prácticas saludables	3.3 Procesos de certificaciones agroecológicas y orgánicas
1.4 Transparencia e información al consumidor	2.4 Contribuir al desarrollo de la comunidad	3.4 Prevención de la contaminación
1.5 Acceso del mercado a diversos sectores sociales	2.5 Desarrollo de Capacidades	3.5 Comercialización de productos de consumo responsable
1.6 Dinamismo en economías locales cadena de valor	2.6 Acciones para el mejoramiento de las condiciones sociales de productores	3.6 Huella ambiental - medido por transporte, empaques y manejo de residuos
	2.7 Sinergias con actores en los territorios de influencia	

Recuperado de Alarcón, (2018).

De igual manera (Fretel et al., 2009) propone un modelo metodológico similar para caracterizar la situación actual del comercio justo en la región andina, centrándose en identificar los problemas y las potencialidades del desarrollo de este tipo de mercado en Colombia, Ecuador, Bolivia y Perú, y a nivel intra-regional el cual se presenta a continuación en la tabla 4.2.

Tabla 4.2

Estándares para evaluar las unidades de comercio justo.

Categorías	Variables	Indicadores
Económico	Gestión financiera y contable transparente	- Acceso a recursos financieros - Capacidad de manejo financiero - Información contable y financiera
	Determinación del precio justo	- Análisis de proveedores y costos - Consideraciones para la fijación de precios
	Desarrollo de mercados y obtención de ingresos	- Tipos de mercados al que se dirigen - Estrategias comerciales utilizadas - Relación con los consumidores
	Distribución y/o reinversión de utilidades	- Relaciones laborales - Distribución de los ingresos - Nuevos proyectos
Social	Organización democrática	- Funcionamiento de la estructura organizativa - Mecanismos participativos para la toma de decisiones
	Práctica solidaria al interior de la organización	- Mecanismos de apoyo cooperación - Relaciones de confianza
	Impacto social en el entorno	- Acciones en el espacio público - Relación con otros actores sociales y políticos
Medio ambiental	Utilización de insumos amigables con el entorno	- Insumos permitidos por la norma ecológica
	Proceso de producción sustentable	- Manejo de tecnologías amigables - Capacidad de innovar/crear técnicas amigables
	Cuidado del entorno	- Cuidado de la biodiversidad - Respeto a la cultura local

Fuente: Recuperado de Fretel et al., (2009).

Este modelo al igual que el de Alarcón (2018) resulta interesante por la división de las características del comercio justo en las dimensiones del desarrollo sustentable, por lo que se tomará de referencia para esta investigación, en la realización de un modelo similar, pero basado en los principios del comercio justo y las dimensiones del desarrollo sostenible utilizadas en esta investigación incluyendo la dimensión cultural.

4.2. Tipo de investigación

En la construcción de esta investigación se consideraron las opciones metodológicas mencionadas en el apartado anterior, seleccionando como eje rector la investigación Acción Participativa (IAP) la cual tiene entre sus características más importantes que los actores sociales se convierten en investigadores activos, participando en la identificación de las necesidades o los potenciales problemas a investigar, por lo cual permite obtener conocimiento y actuar en consecuencia. Para ello se contó con la participación de los artesanos de madera de Dzityá como los actores sociales, en conjunto con el ITM como investigador. De igual manera se construyó una metodología propia con base en las metodologías contempladas en el apartado 4.1 y las necesidades de la investigación.

Esta investigación tuvo un objetivo principalmente de intervención profesional ya que pretende forjar un conocimiento a través de la participación del Instituto Tecnológico de Mérida y los artesanos de madera de Dzityá en el análisis de su situación acerca del uso de las TIC y las estrategias de comercialización actuales, con el cual sea posible realizar una propuesta e implementación novedosa apoyada en los principios del comercio justo, que permita mejorar la calidad de vida de la población y la preservación de su ambiente (Espejel y Estrada, 2006).

4.2.1. Enfoque, profundidad y alcance de la investigación.

Esta investigación se realizó con un enfoque cualitativo ya que pretendía identificar, básicamente, la naturaleza profunda de las realidades de los artesanos de madera de Dzityá y ofrecer resultados y sugerencias para instaurar estrategias de comercialización sustentables apoyadas en las TIC y desde la perspectiva de comercio justo, que produzca mejoras en su calidad de vida y su nivel económico (Martínez Miguélez, 2004). De acuerdo a lo anterior, no se espera que la información obtenida de la recopilación y el análisis se generalice al comportamiento de toda la comunidad de Dzityá, o a otras comunidades o grupos.

Esta investigación se considera no experimental ya que no se manipularon variables, sino únicamente representa el contexto de la artesanía de madera de Dzityá. De igual manera fue de tipo transversal ya que la información utilizada corresponde a los años 2019, 2020 y 2021 en la comunidad de Dzityá (Espejel y Estrada, 2006). De acuerdo con su profundidad en esta investigación fue de tipo exploratoria ya que los conceptos utilizados no habían sido estudiados con anterioridad en esta comunidad, por lo que no había suficiente información previa. Sin embargo, se pretendió conocer las causas últimas de los eventos estudiados en esta investigación por lo que también fue de tipo explicativa (Espejel y Estrada, 2006). Con esta investigación se pretende llegar a comprender los fenómenos complejos del contexto de los artesanos de madera de Dzityá que les impiden contar con una estrategia de comercialización competitiva y sustentable apoyada en las TIC y en los principios del comercio justo.

4.2.2. Fuente de la información, amplitud y naturaleza de la intervención.

Esta investigación se realizó en la comunidad de Dzityá, específicamente con los artesanos de madera de Dzityá que cuentan con talleres por lo que se considera una

investigación de tipo Microsociológica ya que es un grupo muy pequeño. Con esta investigación se pretendió contribuir a la generación de un cambio económico, social, ecológico y cultural en los artesanos de madera de Dzityá basado en los principios básicos del comercio justo y el desarrollo sustentable.

Según la fuente de información, esta investigación es empírica ya que se utilizaron datos obtenidos de la observación directa, in situ de la artesanía de madera de Dzityá, tomando en cuenta las percepciones de los artesanos de madera en su contexto (Espejel y Estrada, 2006).

4.2.3. Perspectiva disciplinaria y sector de impacto.

Esta investigación es de tipo multidisciplinario ya que se pretendió que la combinación de conceptos como desarrollo sustentable, comercialización, TIC y comercio justo permitan analizar el contexto de la artesanía de madera de Dzityá y dar respuesta a las preguntas de investigación (Espejel y Estrada, 2006). Estos conceptos se encuentran inmersos en las disciplinas económicas, mercadotecnia, comercio y tecnología con perspectiva CTS, fusionándose en una metodología compleja para lograr niveles de desarrollo en sus ámbitos social, ecológico, cultural y económico. Esta metodología pretendió ayudar a resolver el problema planteado por los actores involucrados en su contexto real, vinculando de esta manera el conocimiento teórico con el práctico. Se fueron realizando ajustes en conjunto con los sujetos involucrados durante todo el proceso de investigación, en especial derivados de la pandemia del Covid-19.

La presente investigación pretendió tener un impacto económico en los negocios de artesanía de madera, pero sobre todo un impacto social en sus estructuras

organizacionales y mentales desde la perspectiva del comercio justo. Con esta investigación se pretendió mejorar los sistemas de comercialización, los sistemas laborales, la conciencia y la protección del medio ambiente, la protección y preservación del patrimonio cultural de la artesanía de madera de Dzityá.

4.3. Unidad de Análisis, población y muestra.

La población para esta investigación, estuvo formada por los artesanos de Dzityá que cuentan con talleres para la elaboración de artesanías de madera. El objeto de estudio de esta investigación fueron los artesanos de madera de Dzityá y sus prácticas comerciales y de uso de las TIC. La unidad de Análisis son los talleres de madera de Dzityá.

Para realizar esta investigación primeramente se identificó a los informantes clave de la artesanía de madera de Dzityá; estas personas fueron seleccionadas por razones especiales como: conocimiento del tema, experiencia, forman parte de la problemática, participan activamente en otras acciones en favor de la comunidad, son líderes de la comunidad, entre otros (López, 2004). La búsqueda de informantes claves se acotó en primera instancia por aquellos actores que fueran artesanos torneadores de madera en Dzityá, parte de la Asociación de Artesanos de Madera Torneada de Dzityá A.C. Posteriormente se realizó un muestreo por conveniencia, el cual es una técnica de muestreo no probabilística, que permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos en la investigación, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador, incluyendo en la muestra a otros artesanos torneadores de madera de Dzityá. Para incluir a dichos artesanos en la muestra se tuvo que aplicar un muestreo por Bola de Nieve, una técnica en la cual, el investigador elige un grupo pequeño o personas específicas relevantes para las preguntas de investigación, quienes a su vez proponen otros participantes que han

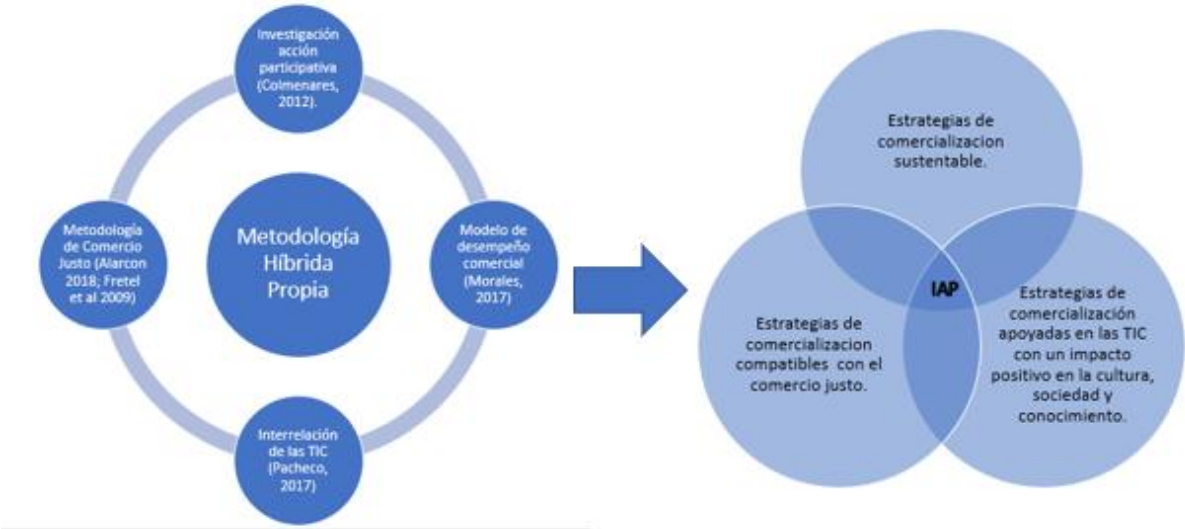
tenido la experiencia o poseen características relevantes para la investigación. En este caso, un artesano de madera de Dzityá con taller recomendó a otro, y este recomendó a otro y así sucesivamente (Otzen y Manterola, 2017).

4.4. Diseño de la investigación.

En la figura 4.4 se presenta del lado izquierdo la mezcla de las metodologías usadas para crear una metodología propia y en los círculos de la derecha el tipo de conocimiento que se espera aporten a la investigación.

Figura 4.4

Metodología

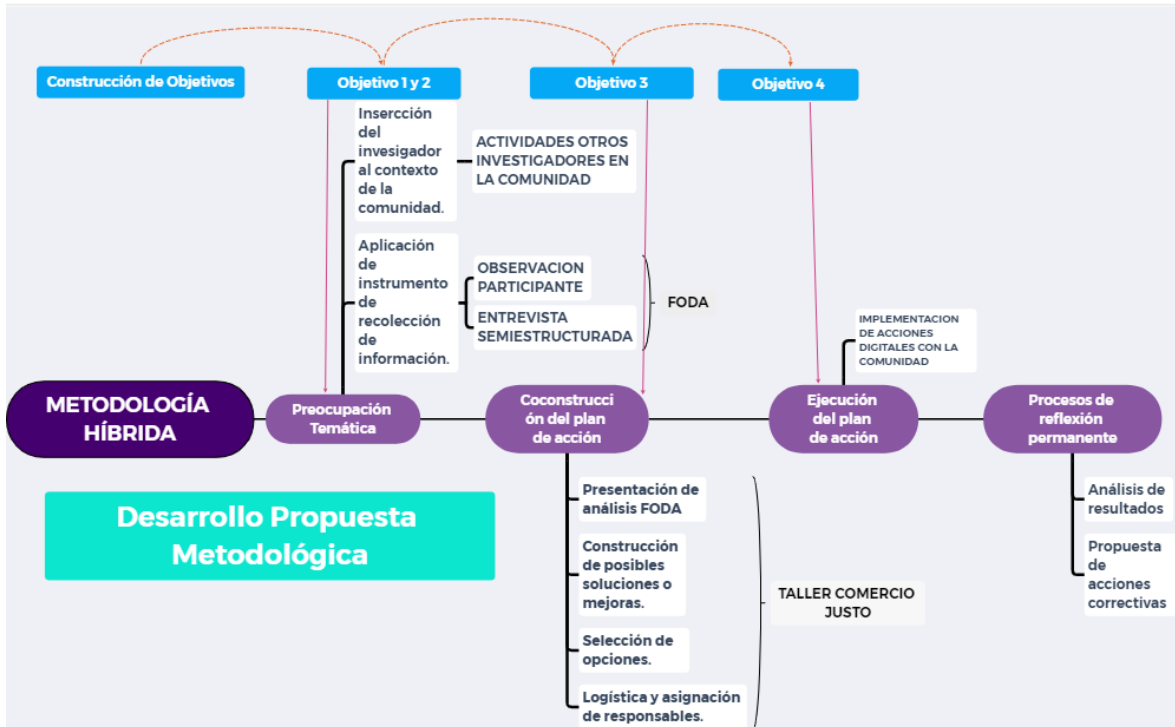


Fuente: Elaboración propia

Debido a que no existe una metodología que ayude a cumplir los objetivos planteados en la presente investigación, se utilizó una metodología híbrida de elaboración propia basada principalmente en el modelo de investigación acción de Colmenares, (2012), enriquecido con la perspectiva de Frances et al (2015) como metodología base de operación. Además se utilizaron la metodología del Modelo de desempeño comercial de Morales, (2017), las metodologías relacionadas con el comercio justo, categorías desde las dimensiones del desarrollo sostenible y los criterios de comercio justo de Alarcón, (2018) y Estándares para evaluar las unidades de comercio justo de Fretel et al, (2009), la Metodología de Interrelación de las TIC de elaboración propia basada en Pacheco, (2017), así como los principios de comercio justo de Organización Mundial de comercio justo, (2020) como inspiración para establecer criterios propios para determinar las categorías que se adaptaran a las necesidades de la investigación y las condiciones del contexto de los artesanos de madera de Dzityá. Con esta metodología híbrida se pretendió abarcar los aspectos cruciales para cumplir los objetivos de esta investigación. En la figura 4.5 se presenta el diagrama de implementación de la metodología con los instrumentos a utilizar:

Figura 4.5

Desarrollo Propuesta Metodológica



Fuente: Elaboración propia, basada en Colmenares, (2012); (Francés et al., 2015).

En la figura anterior se pueden ver la implementación de la metodología híbrida propuesta, caracterizada principalmente por las 4 fases de la metodología acción participativa y alineada a los objetivos de esta investigación. En ésta se puede observar que se pretendió que los objetivos 1 y 2 de esta investigación se resolvieran en la fase 1, preocupación temática; el logro del objetivo 3 se pretendía se logre en la fase de coconstrucción del plan de acción, para terminar con el logro del objetivo 4 en la ejecución del plan de acción o implementación. La preocupación temática que caracteriza la metodología híbrida que se utilizará en esta investigación se observará en el siguiente apartado en las categorías de investigación, en las que se podrá observar la influencia del resto de las metodologías mencionadas en el establecimiento

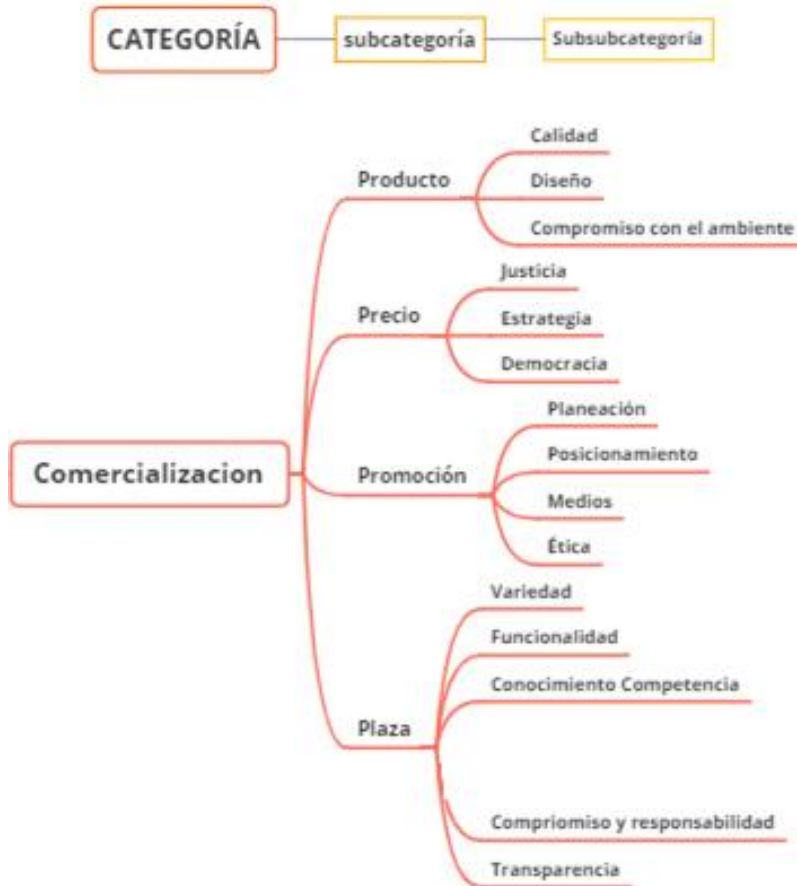
de las propias categorías para el cumplimiento de cada objetivo de esta tesis. Asimismo se pretende que las soluciones que surgieron del análisis de la información propuestas por los interesados, cumplan con los estándares de la metodología híbrida en cuando al amplio impacto de las estrategias de comercialización basadas en las TIC en la sociedad, la cultura y el conocimiento, así como el conocimiento de los estándares del comercio justo y los principios del desarrollo sustentable.

4.5. Definición conceptual y operacional de las categorías de análisis.

Variables Objetivo 1. Identificar las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades en las estrategias de comercialización de las artesanías de madera de Dzityá. Para este objetivo la categoría principal será la comercialización con 4 subcategorías y 15 subcategorías como se muestra en la figura 4.6.

Figura 4.6

Categorías del Objetivo 1.



Fuente: Elaboración Propia.

A continuación, se describen las categorías, subcategorías y subsubcategorías utilizadas en este objetivo:

Comercialización: se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean (García de Ochoa, 2016).

Producto: Se refiere a acciones que se van a desarrollar a lo largo de un periodo de tiempo determinado en relación a la artesanía de madera.

Precio: Acciones estrategias a realizar por el productor en la fijación del valor a pagar por el consumidor por una artesanía de madera.

Promoción: Se refiere a acciones estratégicas orientadas a hacer llegar el mensaje al cliente, destacando siempre los beneficios que para éste tiene la artesanía de madera de Dzityá.

Plaza: Se refiere a las acciones orientadas a utilizar el canal de comercialización adecuado a las características de la artesanía de madera y las posibilidades del productor.

Calidad: Que tanto se cuida que el producto mejore continuamente y satisfaga lo que el cliente solicitó.

Diseño: Acciones que se realizan para que el diseño de los productos se renueve constantemente en cuestiones de tipo de producto, colores, tonalidades, materiales, tamaños, grabado, formas.

Compromiso con el ambiente: La organización comprende y se esfuerza por minimizar los impactos ambientales negativos de la producción con respecto al ambiente.

Variedad: Cantidad y calidad de espacios en donde podemos encontrar el producto.

Funcionalidad: Que tanto funcionan los espacios utilizados para vender el producto.

Conocimiento de la competencia: Conciencia del productor del tipo de competidores que tiene en el mercado.

Compromiso y Responsabilidad: El productor es consciente de la importancia de la producción y entrega en tiempo y forma al cliente.

Transparencia: El productor realiza las labores en total apego a la legislación y dando a conocer en todo momento la manera en que el negocio lleva acabo sus operaciones.

Justicia: La organización fija precios que cubren costos de producción, permiten una producción socialmente justa para los productores y su comunidad y ambientalmente responsable.

Estrategia: La organización se encuentra emprendiendo acciones planeadas con respecto al precio.

Democracia: Participación de los miembros de la organización en las decisiones.

Planeación: Se planean las acciones tomadas con respecto a la promoción.

Posicionamiento: Acciones realizadas por la organización o productor para comunicar quien es y que hace la empresa.

Ética: Compromiso de la organización con la honestidad y cultivar estos valores, poniendo siempre los intereses del cliente interno y externo sobre los económicos.

Medios: Tipo de promoción utilizada actualmente por la organización y formas en que se realiza.

Variables Objetivo 2. Identificar cual es la situación de las TIC y cómo puede contribuir la mejora en la capacitación de los artesanos en el uso correcto y responsable de éstas en la implementación de estrategias de comercialización de las artesanías de madera de Dzityá de manera que constituyan una alternativa productiva viable y sustentable para la comunidad.

Figura 4.7

Categorías del Objetivo 2.



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 4.7 se puede observar que la categoría de TIC cuenta con 3 subcategorías, la infraestructura, el nivel de uso de las TIC y las habilidades de uso, las cuales se definen a continuación categorías de elaboración propia, basadas en la (Unión Internacional de telecomunicaciones,(2014).

TIC: Situación de las TIC (Computadora, celular, internet) y su uso en el entorno del sector de las artesanías de madera de Dzityá.

Infraestructura: Contar con la tecnología física y funcional de las TIC.

Nivel de uso de las TIC: Se refiere a la intensidad con la que se utilizan las TIC en su entorno productivo.

Habilidades de Uso: Se refiere a la capacidad con la que cuentan los artesanos de madera de Dzityá para hacer uso de las TIC.

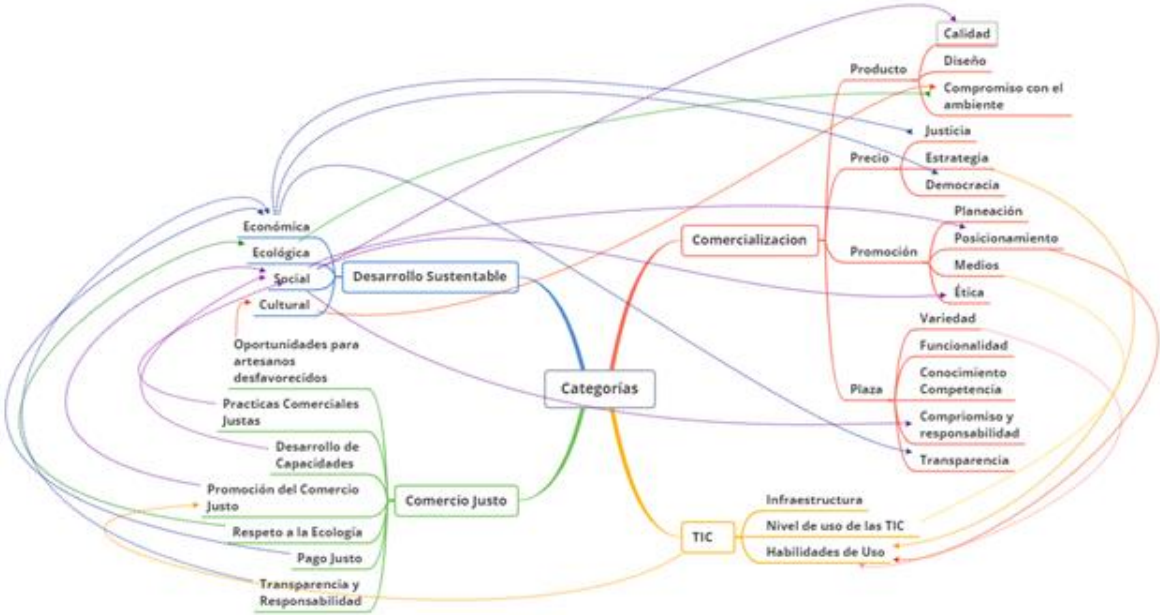
Objetivo 3. Determinar la distancia actual de las prácticas de los artesanos de madera de Dzityá en camino hacia el comercio justo y cómo éste puede contribuir en la implementación de estrategias de comercialización que les permitan desarrollarse sustentablemente. Para la realización de este objetivo se tomaron como categorías 07 de los 10 principios del comercio por su correspondencia con la metodología rectora

de esta investigación, tal como se puede ver en la figura 4.7, quedando como categorías principales: Oportunidades para artesanos desfavorecidos, prácticas comerciales justas, desarrollo de capacidades, promoción del comercio justo, respeto a la ecología, pago justo y transparencia y responsabilidad.

Objetivo 4: Este objetivo no tiene categorías ya que correspondió a la implementación. Para la selección de las categorías se tomó en cuenta los objetivos y los conceptos claves de la investigación. A continuación, se presenta el esquema conceptual de las categorías utilizadas y la relación entre conceptos en la figura 4.8.

Figura 4.8

Relación entre conceptos metodología híbrida.



Elaboración propia basada en (UNESCO), n.d.; Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), n.d.; Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)., 2017; World Commission on Environment and Development, 1987).

La figura anterior nos muestra la interrelación de los conceptos fundamentales de esta tesis. En ella, se busca aplicar las dimensiones del desarrollo sustentable a los pilares de la comercialización, como son el producto, precio, promoción y plaza. De igual manera, la figura muestra cómo el comercio justo utiliza las dimensiones del desarrollo Sustentable en la elaboración de sus 10 principios obligatorios, entre los cuales, resulta de gran importancia para su aplicación en las empresas, organizaciones de productores y sociedades, la comercialización de sus productos, y la promoción del concepto de comercio justo. Para lograr una mejora de esta comercialización se propone como herramienta el uso socioculturalmente y de conocimiento correcto de las TIC para hacer más efectivo caminar hacia un desarrollo sustentable.

La interrelación de los conceptos se realizó identificando las actividades necesarias para certificarse como productor de comercio justo basado en los 10 principios de comercio justo, posteriormente se dividieron entre las dimensiones del desarrollo sustentable plasmadas en esta investigación. Una vez divididos los aspectos básicos del comercio justo en los que se encontraban influenciados en las 4 dimensiones del desarrollo sustentable, se seleccionaron los que tenían influencia directa en la comercialización, separándolos en su influencia en el producto, el precio, la plaza y la promoción y descartando aquellos que no estaban relacionados con estos aspectos. Una vez filtrados se seleccionaron aquellos en los que se podían ver beneficiados en su cultura, sociedad o conocimiento con el uso de las TIC.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Para esta investigación, utilizando la metodología de acción participativa, se procedió a la aplicación de los siguientes instrumentos y técnicas de investigación con el propósito de obtener la información necesaria:

- Entrevistas semiestructuradas: Objetivo 1, Objetivo 2, Objetivo 3.
- Observación participante: A lo largo de toda la investigación, principalmente objetivo 1, 2 y 3
- FODA: Objetivo 1, 2 y 3

Entrevistas semiestructuradas: Las entrevistas semiestructuradas se grabaron con el fin de no perder información valiosa en el proceso de memorización o apuntes, no perder la atención en la unidad de análisis, disminuir el tiempo invertido y la sensación de ser observados que puede ocasionar realizar apuntes durante las entrevistas con los artesanos de madera de Dzityá. Para aplicar esta técnica de investigación se preparó una guía de la información necesaria para la investigación, y las preguntas se introdujeron en una conversación relativamente libre (Ander-Egg, 1990). En el anexo 1 podemos encontrar las preguntas que se introdujeron en la conversación con los artesanos de madera de Dzityá, clasificadas de acuerdo a la categoría de estudio a la que pertenecen.

Observación Participante: A lo largo de esta investigación y no solo en el objetivo 1, 2 y 3 se utilizó la observación participante como instrumento, la cual es aquella en la que el investigador se involucra con un grupo o colectivo de personas y participa con ellas en su forma de vida y en sus actividades cotidianas con mayor o menor grado de implicación (Francés et al., 2015). El objetivo de este instrumento fue obtener información sobre la cultura de los artesanos de madera de Dzityá y su dinámica social en su comunidad, descubrir las pautas de conducta, formas de organización y comportamientos. Para su realización fue necesario la inserción del investigador en actividades realizadas por otros investigadores y posteriormente en el trabajo integrado de comunidad e investigador para la realización de tareas que los sujetos de investigación requerían. La recolección de la información se realizó en cuaderno de

notas, en los reportes y fotografías de las actividades realizadas con los artesanos en la comunidad y videos o grabaciones de las juntas de organización. En el Anexo 2, se presenta la guía de observación. Para el diagnóstico de la información se utilizó la herramienta FODA la cual consiste en presentar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la comercialización de la artesanía de madera de Dzityá. Cada sección del instrumento se dividió además en 4 secciones, producto, plaza, precio y promoción para tener claridad de en qué parte de la estrategia de comercialización se tiene el impacto (Anexo 3).

Una vez sistematizados los datos de las entrevistas semiestructuradas y la observación participante se procedió a colocar la información obtenida en el diagrama FODA. Posteriormente se presentó la información a la comunidad de artesanos de madera de Dzityá vía videollamada grupal con el objetivo de que la información fuera analizada por la propia comunidad y en debate abierto y colectivo se evaluó la pertinencia de la información. Con este paso se buscó aumentar el grado de implicación de la comunidad en el análisis de los problemas que los aquejan y aumentar el involucramiento en las soluciones o propuestas de transformación social derivados de dicha información (Francés et al., 2015).

Taller Capacitación comercio justo. Para el cumplimiento del objetivo 3, fue necesario que los artesanos de madera de Dzityá conocieran las características del comercio justo y como podría ayudarles en la mejora de sus debilidades, en la potencialización de sus fortalezas, sortear las amenazas y aprovechar las oportunidades que se les presentan, por lo que se les proporcionó una capacitación vía video llamada acerca de la historia de la creación del comercio justo, sus objetivos, a quién está dirigido, sus principios básicos, las certificaciones que existen, que beneficios se obtienen al ser una organización de comercio justo, los requisitos necesarios y los casos de éxito locales.

4.7. Procedimientos de análisis de la información.

Para la fase de procesamiento de información se organizaron, etiquetaron y transcribieron los audios de las entrevistas semiestructuradas con los artesanos de madera de Dzityá. Para la grabación de los audios, su organización y etiquetado se utilizó el programa Voice recorder, el cual está diseñado para esas funciones. Las transcripciones se realizaron en archivos de Word de Office 2019, buscando la mayor fidelidad a los audios. El análisis de la información obtenida por las entrevistas semiestructuradas y los reportes de la observación participante se sintetizaron en una hoja de cálculo en función de los objetivos y preguntas de investigación para posteriormente vaciarlo en la herramienta FODA cuyo análisis e interpretación se presentó en asamblea con los artesanos de madera de Dzityá vía video llamada para su reflexión, corrección y establecimiento de propuestas de acción.

CAPITULO V. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se plasman los resultados obtenidos de la metodología planteada en el capítulo 4 cuyo eje rector fue la metodología de investigación acción participativa. Los resultados obtenidos siendo totalmente cualitativos se plasman de manera descriptiva siguiendo el orden de los objetivos específicos planteados para esta investigación para su mayor comprensión.

5.1. Análisis FODA en la comercialización de artesanías de madera de Dzityá.

La información obtenida para el cumplimiento de este objetivo se plasma en las figuras 5.1, 5.2, 5.3, y 5.4, las cuales contienen los puntos más importantes que los artesanos manifestaron durante las entrevistas y que se pudieron recabar en el formato de observación:

Figura 5.1.

Fortalezas en la comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.

FORTALEZAS			
PRODUCTO	PLAZA	PRECIO	PROMOCIÓN
Producto Hecho a Mano.	La feria de Tunich es un buen sitio de venta anual.		Se reconoce que en la región se vende artesanía de Madera y piedra.
Productos tradicionales que reflejan la cultura.	Amabilidad en la venta		La feria Tunich provee promoción a la artesanía de madera de Dzityá.
Adaptación a las necesidades del cliente.	Algunas tiendas ubicadas en avenida principal		
Personalización del producto.	Es posible ver los tomos y su uso en muchos talleres de madera		
Material resistente.			
Pericia en el oficio.			

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.1. Fortalezas

La artesanía de madera de Dzityá cuenta con cualidades que proviene de su producto, plaza, precio y promoción actual que constituyen fortalezas que pueden ser aprovechadas para el desarrollo sustentable de los artesanos de madera de Dzityá y su comunidad.

5.1.1.1 Fortalezas del Producto

Producto Hecho a Mano: Los artesanos consideran que el tener un producto hecho a mano es una fortaleza ya que no puede ser replicado, tiene características únicas.

Productos tradicionales que reflejan la cultura: Los artesanos de madera de Dzityá consideran que al ser sus artesanías un producto tradicional que refleja su cultura el producto se vuelve más interesante y deseable por el turista.

Adaptación a las necesidades del cliente: Los artesanos de madera de Dzityá consideran que pueden adaptar la artesanía a las necesidades del cliente haciendo más amigable la compra del producto. Por ejemplo, venta al mayoreo o al menudeo, facilidades de pago como consignación, anticipo, etc.

Personalización del producto: Los artesanos consideran que la personalización del producto les otorga la capacidad de crear exactamente el producto que el cliente busca, en forma, materiales, colores etc.

Material resistente: Los productos de madera son mucho más resistentes al tiempo y al manejo que otros materiales.

Pericia en el oficio: El oficio de artesano de madera lleva generaciones en Dzityá, por lo que los artesanos actuales cuentan con la pericia de generaciones anteriores.

5.1.1.2. Fortalezas en la plaza

La feria de Tunich es un buen sitio de venta anual: Los artesanos esperan con ansias la feria de Tunich que se realiza de manera anual, debido a que atrae muchos clientes quienes compran y conocen la artesanía de Dzityá.

Amabilidad en la venta: Los artesanos de Dzityá demuestran una gran amabilidad y educación en la atención al cliente en sus tiendas y talleres.

Algunas tiendas ubicadas en avenida principal: Algunas tiendas de los artesanos de madera se encuentran ubicadas en la calle principal de entrada a Dzityá. Este lugar es privilegiado ya que les permite estar a la vista de quien entre a Dzityá.

Es posible ver los tornos y su uso en muchos talleres de madera: El que el cliente pueda observar cómo se realiza la artesanía y el trabajo que implica ayuda a los artesanos a mostrar al cliente el trabajo que implica cada artesanía que se elabora y al mismo tiempo motiva al cliente al insertarlo en el ambiente cultural de la artesanía.

5.1.1.3. Fortalezas de Promoción.

Se reconoce que en la región se vende artesanía de Madera y piedra: Los artesanos de madera consideran que Dzityá se posiciona como un lugar de fabricación de artesanía de madera, lo que ayuda a identificar la región con la artesanía y la cultura y al mismo tiempo ayuda a promocionar el producto atrayendo a los clientes que buscan productos de madera.

La feria Tunich provee promoción a la artesanía de madera de Dzityá: La feria de Tunich ayuda a promocionar la artesanía de madera de Dzityá ya que es una feria conocida nacionalmente con un alto prestigio, llevando la artesanía de madera de Dzityá a conocerse más.

5.1.2. Debilidades

El sector de las debilidades de los artesanos de madera de Dzityá se encuentra bastante recargado como se puede apreciar en la figura 5.2.

Figura 5.2

Debilidades de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.

DEBILIDADES			
PRODUCTO	PLAZA	PRECIO	PROMOCIÓN
Productos no sustentables	Venta a intermediarios	Aceptación de regateo	Poca inversión en promoción
Falta de diversificación e innovación del producto	Falta de diversificación en puntos de venta	Costeos incorrectos (sueldos, accidentes, rentas)	Utilización de precios de mayoreo como promoción
Un pedido grande no es posible fabricarse por un solo artesano	Falta de permisos de venta, uso de suelo, legales etc.	Competencia desleal en precios	Poco uso de TIC para la promoción
Inversión de madera que se tiene que dejar y esperar hasta 6 meses para que se seque y poder trabajarla.	No se mantienen los horarios fijos en los puntos de venta	En el precio se refleja el costo alto de la madera por falta de compra a mayoreo	Poca promoción cultural
Madera difícil de conseguir en volúmenes pequeños (Mucha inversión en volúmenes grandes)	Uso escaso de puntos de venta virtuales	Procesos de subcontratación en vez de asociación por los mismos artesanos (maquila) en vez de sociedades.	Algunos artesanos no promueven que sus hijos aprendan el oficio artesanal sino por el contrario promueven que no lo sigan.
El costo de las tintas es caro en pedidos pequeños		Precios forzados del intermediario	
Falta de cooperación entre artesanos para producciones grandes		Otorgamiento de crédito	
Uso de madera ilegal			
Producto entregado a consignación			
Impuntualidad en tiempos de entrega			

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.2.1. Debilidades del Producto.

Entre las debilidades en la artesanía de madera de Dzityá nos encontramos con que los insumos que utilizan para la elaboración de esta no son sustentables. Desde la madera cuya proveniencia muy pocas veces es de ejidos certificados, hasta las tintas

que son elaboradas en base de alcohol y no se lleva un correcto control de la forma en que se desechan, terminando vertiéndose en las coladeras o en el suelo.

Algunos artesanos se resisten a probar con productos diferentes a los tradicionales como tortilleros, salseros, cigarreras, en cuyo caso se pueden encontrar únicamente este tipo de productos en sus exhibidores de las tiendas. Sin embargo, hay artesanos que prueban a veces con productos novedosos y otros que ya no realizan artesanía tradicional y únicamente productos diferentes.

Los artesanos de madera de Dzityá manifestaron que encontrar madera legal en pequeños volúmenes con las medidas necesarias para la artesanía es complicado, ya que a veces no consigues en las madererías, ni hay árboles caídos que se puedan utilizar. Asimismo comprar madera en grandes volúmenes representa una gran inversión para un artesano manifestando que al menos se deben comprar unos 3 metros cúbicos para que resulte, lo que representa unos \$20, 000 pesos.

Los artesanos de madera de Dzityá manifestaron que comprar tintas en volúmenes pequeños resulta más caro que comprarlas en volúmenes grandes. Por lo tanto, algunos artesanos han optado por fabricar sus propias tintas para minimizar estos costos, sin embargo, esto le añade tiempo al proceso de elaboración de las artesanías y estas tintas muchas veces no tienen la misma duración que las compradas de fábrica.

En la realización de artesanías en muchas ocasiones es complicado recibir pedidos en volúmenes grandes, debido a que un artesano muchas veces no puede realizar el pedido por sí solo. Esto se debe a factores como que a veces el tiempo para entrega es reducido, entre más edad tiene un artesano la velocidad con la que realiza una artesanía es menor, no se cuenta con personal capacitado debido a que a veces no

es posible pagarles el sueldo y terminan por buscar otro lugar para trabajar. De igual manera los artesanos de madera de Dzityá manifestaron que cuando toman un pedido grande algunos artesanos no quieren aceptar tomar la maquila y en otras ocasiones la calidad de la maquila no es la misma que si el mismo artesano hubiera realizado todas las piezas.

Otra debilidad que tiene la artesanía de madera es que los clientes están acostumbrados a solicitar guayacán como materia prima de las artesanías que compran por lo que muchas veces los artesanos se ven obligados a comprar madera ilegal para conservar las ventas. Asimismo hay artesanos que se resisten a cambiar el guayacán por otras maderas o a pagar el precio de traer esta madera de un ejido certificado, lo cual es mucho más caro, razón por la cual únicamente compran la madera de forma ilegal.

Una debilidad importante en el producto artesanal de Dzityá se encuentra en los tiempos de entrega de un pedido. Los artesanos de madera de Dzityá comentan que es muy común recibir clientes que no recibieron a tiempo su pedido con otro artesano y llegan a sus tiendas. Es común encontrar retrasos en los pedidos de los artesanos debido a razones como falta de madera, mal cálculo de tiempo, exceso de trabajo etc.

Una debilidad que impacta gravemente la actividad artesanal de madera de Dzityá es la dependencia de los intermediarios, a quienes atienden la mayoría de los artesanos de madera de Dzityá. Esta debilidad se hizo notar con mayor gravedad durante el cierre de talleres por la pandemia del COVID 19, en cuyo momento los intermediarios se vieron en la necesidad de cerrar tiendas repercutiendo enormemente a los artesanos al detener pedidos cuya madera ya se había comprado y detener por completo pedidos regulares que hacían a los artesanos. La venta a intermediarios constituye una debilidad para los artesanos de madera de Dzityá ya que dependen grandemente de

los pedidos que estos realizan por lo que les otorga a los intermediarios poder de negociación sobre los artesanos, especialmente en el precio del cual hablaremos en la sección de debilidades en precio; de igual manera los intermediarios inhiben la necesidad de los artesanos de diversificar en puntos de venta y al ocupar la capacidad productiva completa de los artesanos les impide vender a otros clientes, intensificando de esta manera la dependencia a ellos.

La Falta de diversificación en puntos de venta constituye una debilidad para los artesanos de madera de Dzityá debido a que al no vender en distintos lugares se generan un círculo vicioso con la dependencia de los intermediarios, les impide vender mayor cantidad de artesanías a diferentes mercados inhibiendo la diversificación de mercados y la susceptibilidad a crisis, pandemias y factores naturales, entre otros que afectan su forma única de venta. Esta falta de diversificación la pudieron palpar en desastres naturales como los huracanes e inundaciones que les impiden abrir sus tiendas, cierre de ventas físicas por pandemias como la del COVID-19, y clausuras por faltas de permisos y cumplimiento de la legislación como les ocurrió con el uso ilegal de madera de guayacán. Este es el caso de artesanos que únicamente venden en sus talleres a intermediarios y artesanos que únicamente venden en su tienda y muchos otros que cuentan con que los clientes lleguen a Dzityá a comprar sus artesanías.

La resistencia de los artesanos de madera de Dzityá al uso de puntos de venta virtuales, les ha ocasionado un rezago en la necesidad del cliente de tener el producto en el lugar que necesita. Esto limita la capacidad de los artesanos en llevar sus ventas a sitios más lejanos que su región y en mostrar su producto en donde el cliente se encuentra buscándolo, es decir, en el internet. Los artesanos de madera de Dzityá han manifestado la necesidad del uso de puntos de venta virtuales a partir de la pandemia del COVID-19.

La falta de permisos de venta, uso de suelo, legales etc. es una debilidad que aqueja a los artesanos de madera de Dzityá ya que se encuentran en riesgo de perder la plaza donde elaboran o venden sus artesanías o se arriesgan a clausuras y multas. Algunos problemas para la obtención de permisos que manifiestan los artesanos de madera de Dzityá son: El costo del pago de los permisos, el tiempo y la burocracia para realizarlos, el desconocimiento de cómo realizar el trámite, la falta de documentos de propiedad privada de los talleres y tiendas entre otros. Asimismo otros consideran que muchos permisos están ligados a la asociación de artesanos de madera de Dzityá y pueden prestarles los permisos.

La entrega de producto a los intermediarios como concesión les ha ocasionado a los artesanos pérdidas por productos dañados, productos que desconoce el intermediario que se le dieron, productos que no les quieren pagar, provocando que el artesano asuma esas pérdidas como parte de su forma de vender.

Una debilidad de las tiendas de los artesanos de madera de Dzityá es que no tienen horarios definidos de apertura y cierre de sus tiendas, por los que muchas veces pueden encontrarlas cerradas en horario laboral. Esto representa una debilidad debido a que el cliente puede llegar en cualquier momento y va encontrar cerrada la tienda e inclusive podría pensar que ya no venden artesanías, o que el esfuerzo de ir a Dzityá por artesanía no valió la penas y los artesanos estarían perdiendo ventas presentes y futuras.

5.1.2.2. Debilidades en el precio

Los artesanos de madera de Dzityá han acumulado debilidades en las estrategias de comercialización relacionadas en el precio que les impiden desarrollarse sustentablemente.

La aceptación del regateo como una costumbre en las artesanías se ha convertido en un mal que aqueja a las artesanías de todo el país, y los artesanos de madera de Dzityá no son la excepción. Éstos manifiestan que muchas veces aumentan los precios de sus artesanías considerando que el cliente va a regatearles el precio. Inclusive algunas han escuchado a personas en grupos de turismo que les recomiendan a los turistas regatearles a los artesanos, por lo que ellos se adelantan a este hecho aumentando sus precios. Sin embargo, esta debilidad se torna más grave cuando los precios otorgados ya con un descuento de mayoreo para los intermediarios son regateados por estos, aprovechando su necesidad, dependencia al intermediario. Los artesanos comentan que muchas veces de una artesanía que la están vendiendo en \$100 pesos y para el intermediario en \$80 pesos, han recibido como contestaciones - te doy \$60 y si quieres, sino quédate con tu producto- ; esto aun cuando muchas veces el intermediario ya sabía el precio, encargo la producción en mayoreo y cuando llega por el producto regatea el precio provocando una venta forzada. Estas ventas forzadas son una debilidad al forzar al artesano a vender su producto sin ninguna ganancia y muchas veces con pérdida para no perder más.

Aunado a las ventas forzadas y el regateo, se suma el costeo incorrecto de las artesanías. Muchos artesanos de madera de Dzityá han tomado cursos de costeo para las artesanías, sin embargo, casi todos los artesanos hacen costeos incorrectos al no saber en realidad cuanto les cuesta su producto, colocar precios de acuerdo a lo que el mercado quiera pagar, colocar precios al tanteo, utilizar únicamente los materiales

como referencia para establecer precios, entre otros. Algunos artesanos por ejemplo consideran que no es necesario colocar la mano de obra del artesano puesto que la ganancia es para él, otros artesanos consideran que no es necesario incluir la renta en el costeo puesto que la casa es de ellos, otros artesanos consideran que no es necesario incluir accidentes en sus costos ya que es un riesgo asumido del oficio, inclusive a pesar de que los accidentes son frecuentes y no cuentan con seguro. Asimismo algunos artesanos consideran que de lo que cuestan los materiales la artesanía debe costar el doble, por ejemplo, si en un tortillero me costaron los materiales \$100 pesos, yo debo vender ese tortillero en \$200 pesos, sin considerar otros costos. Algunos artesanos consideran que el precio se debe fijar de acuerdo a lo que el mercado quiere pagar, si el producto debe valer \$150 pesos de acuerdo a los costos, pero el cliente lo escucha muy caro, entonces mejor lo doy a \$120. Un artesano considera que si quieres ganarle bien a tu producto o consideras que tu producto vale mucho y le pones un precio de acuerdo a esto, entonces no lo vas a vender nunca. Estos errores de costeo, dan como resultado que los artesanos de madera de Dzityá tengan la ilusión de que están ganando mucho con el producto, pero en realidad inclusive tienen pérdidas. Algunos artesanos inclusive han tenido accidentes haciendo pedidos que les han costado meses de deudas, muchas veces más de lo que ganaron haciendo el pedido.

La competencia desleal en precios es la debilidad que los artesanos de madera de Dzityá consideran más fuerte. Ésta se refiere a que los artesanos compiten fuertemente en precios por ganar a los clientes. Muchos artesanos se quejan de que los clientes van de taller en taller buscando quien les da más barato el producto, y algunos artesanos por ganar el cliente bajan sus precios demasiado, lo que provoca que el cliente piense que la artesanía vale poco y no quiera pagar más por ella. Otros artesanos manifestaron que han querido establecer un tabulador de precios para que sin importar a cuál taller vaya el cliente encuentre el mismo precio y tenga que escoger el que más le guste o el que tenga mejor calidad, pero no han logrado ponerse de

acuerdo, debido a la necesidad que los aqueja. Algunos artesanos inclusive maquilan para otros artesanos, quienes venden el producto barato para que se venda rápido, convirtiéndose en un intermediario y demeritando el esfuerzo que toma realizar la artesanía. Esta situación ha creado diferencias entre artesanos por el robo de clientes y los ha sumido en una guerra de precios que lejos de llevarlos a desarrollarse sustentablemente los ha llevado a ser menos competitivos en calidad enfocándose en disminuir el precio y favoreciendo al cliente que puede conseguir una artesanía en precios realmente bajos aún a costillas del esfuerzo del artesano y del aumento de su calidad de vida.

Otra debilidad en el precio de la artesanía son los altos costos de la materia prima para elaborarla, derivado de la compra de pequeñas piezas en vez de camiones, lo que se ve reflejado en el aumento de precios de la madera y con esto de la artesanía. En el precio se refleja el costo alto de la madera por falta de compra a mayoreo. Sin embargo, la compra de madera en camiones resulta inaccesible para los artesanos por los altos costos que esto implica. Los artesanos comentan que para reducir los costos debes comprar al menos 3 metros cúbicos, y eso representan \$20, 000 pesos.

Un problema con el precio de la artesanía de Dzityá está relacionado con los mecanismos o procesos de subcontratación en vez de asociación, es decir (maquila) en vez de sociedades, por los mismos artesanos. Quienes al recibir un producto grande subcontratan a otros artesanos para que le ayude a realizar las artesanías, pero ofreciendo un precio menor al que se les va a cobrar al cliente, fungiendo como intermediarios entre artesanos en vez de trabajar como socios, demeritando el trabajo del artesano maquilador al pagarle menos por su trabajo.

Una dificultad que atraviesan los artesanos es el otorgamiento de crédito a intermediarios, quienes para comprar el producto solicitan un crédito con plazo de pago

de entre 15 a 30 días o solicitan pagar hasta la colocación del próximo pedido. Con lo anterior quienes asumen el costo del crédito, la cobranza, y el riesgo de que no se les pague el producto son los mismos artesanos y muchas veces es lo que sucede.

5.1.2.3. Debilidades en la Plaza

Los artesanos de madera de Dzityá, como ya se mencionó anteriormente venden en su mayoría a intermediarios, esto ha traído además de otras consecuencias, el poco desarrollo de los puntos de venta de los artesanos. Los artesanos al tener sus piezas en las tiendas de intermediarios que les compran casi la totalidad de su capacidad productiva, desatienden el surtido del producto en tienda, esto provoca ventas bajas en las tiendas dejando de considerarla la opción donde más venden la producción evitando la apertura de nuevas tiendas o la inversión en su arreglo y mantenimiento provocando otra debilidad como lo es la falta de diversificación en puntos de venta.

Aunado a la falta de diversificación de puntos de venta físicos, la mayoría de los artesanos de madera de Dzityá no cuentan con puntos de venta virtuales. Algunos artesanos de madera si usan puntos virtuales y algunos hijos de los artesanos de madera apoyan a sus padres en la venta de artesanías mediante puntos de venta virtuales.

La falta de formalidad en los horarios en los que se apertura y se cierran las tiendas o los talleres para su venta al público también es una debilidad de los artesanos de madera de Dzityá que ellos perciben se debería modificar debido a que a veces llegan clientes buscando a algún artesano y no se encuentra en su taller por lo que la venta se pierde.

Otra debilidad importante que manifiestan los artesanos de madera es la dificultad para conseguir los permisos de venta, uso de suelo, y demás necesarios para vender artesanía, por lo que muchos artesanos manifiestan que no cuentan con todos los permisos y algunos artesanos no cuentan con ninguno.

5.1.2.4. Debilidades en la Promoción

Una de las debilidades en la promoción de la artesanía de madera de Dzityá es que ningún artesano de madera invierte en promocionar su producto. Algunos artesanos han recibido publicidad, pero gratuita mediante reportajes. Algunos artesanos de madera consideran que las promociones se otorgan a los que compran en mayoreo disminuyendo el precio, sin embargo, no hacen manejo de promociones sino más bien un precio establecido para mayoristas.

A raíz del COVID 19, los artesanos le dieron una mayor importancia al conocimiento y uso de las TIC para la promoción de su producto, sin embargo, debido al desconocimiento y falta de práctica con ellas, muchos de ellos no utilizan directamente estas herramientas para la promoción de su producto, desperdiciando el potencial que estas tecnologías tienen para llegar al cliente.

Como un foco rojo en las debilidades de la estrategia de promoción de la artesanía de madera, es la poca promoción que se le da al contenido cultural de las artesanías. Los artesanos están conscientes de la carga cultural que tienen las artesanías y de la importancia que tienen para la comunidad, pero no la utilizan para promocionar la artesanía como parte de esa cultura, ni promocionan la carga cultural como atractivo para el cliente.

Muchos artesanos tienen a sus hijos, sobrinos, nietos u otros familiares trabajando en sus talleres, sin embargo, los artesanos de madera manifiestan que muchos de sus hijos solo están trabajando en lo que terminan sus estudios, y no quieren seguir la labor artesanal ya que ven el ser artesano como sinónimo de pobreza. Inclusive, no solo los hijos de los artesanos lo ven así, algunos artesanos promueven que sus hijos estudien y no se dediquen a la artesanía porque quieren verlos mejor que ellos.

5.1.3. Oportunidades

Los artesanos de Dzityá inmersos en el mercado como cualquier otra empresa, pueden aprovechar las oportunidades que les da el mercado para mejorar sus oportunidades de lograr un desarrollo sustentable. Las secciones anteriores representan las características del entorno interno de la comercialización de la artesanía de madera de Dzityá, sobre las cuales los artesanos tienen control. Esta sección, por el contrario, incluye las oportunidades y amenazas que el exterior aporta a los artesanos de madera de Dzityá, sobre las cuales no tienen control, pero si pueden adelantarse o reaccionar a ellas. En la figura 5.3 podemos ver la totalidad de las oportunidades de la estrategia de comercialización de la artesanía de Dzityá que explicaremos a continuación.

Figura 5.3

Oportunidades de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.

OPORTUNIDADES			
PRODUCTO	PLAZA	PRECIO	PROMOCIÓN
innovación en procesos y técnicas de elaboración y nuevos productos	Ventas online	Moda valorización de las artesanías	Estrategias online
Fuerte cultura que respalda la artesanía	Espacios turísticos		Moda artesanía en el mundo
Posibilidades de proyectos de comercio justo	Proyectos de turismo de Dzityá		Alta promoción de la cultura en Yucatán
	Oportunidades de exportación a mercados internacionales		
	Mercados no explorados		
	ambiente local		

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.3.1. Oportunidades en el Producto:

Antiguamente las artesanías de madera se realizaban en un torno manual de pedal, posteriormente se empezaron a realizar en un torno eléctrico. Esta tradición de la elaboración de artesanía ha pasado de generación en generación y en esta transferencia intergeneracional se han ido modificando las técnicas y adaptándose a las maderas y al cambio de tipo de productos que el mercado solicita. Si bien el valor de la artesanía radica en las técnicas milenarias y en la forma de elaboración a mano, algunos artesanos consideran importante que los artesanos estén continuamente abiertos a la Innovación en procesos, materiales y nuevos productos, ya que con la experiencia que han tenido con el control del uso de la madera de guayacán se han tenido que adaptar y experimentar con nuevas maderas, y por el contrario quienes se han resistido a dejar de utilizar esa madera presentan mucha dificultad para conseguirla.

El objeto artesanal en sí mismo, además de que es un objeto con una utilidad y está hecho a mano, está cargado de una fuerte cultura transmitida de generación en generación y que definen a la región de Dzityá, otorgándole un valor único e inigualable con cualquier otro objeto que tenga la misma utilidad. Asimismo los artesanos de madera de Dzityá le dan valor a Dzityá al identificar la región como zona de artesanía de madera. Esto constituye una oportunidad, ya que conocer y transmitir esta información y transmitirla al cliente es lo que hace la diferenciación y la preferencia del cliente por la artesanía. Por ejemplo, no es lo mismo comprar un tortillero de plástico de cualquier tienda, que comprar un tortillero de madera de Dzityá, es decir, el valor utilitario es un segundo término, el valor del producto radica en la cultura de la región que lo respalda y viceversa.

Actualmente algunos artesanos de madera se encuentran motivados en guiarse de los preceptos del comercio justo para lograr un desarrollo sustentable de la región. Esto representa una oportunidad para los artesanos de madera ya que los principios del comercio justo los pueden llevar a realizar mejoras en las artesanías, que impacten positivamente su calidad de vida.

5.1.3.2. Oportunidades en la plaza.

Actualmente la mayoría de los artesanos usan como punto de venta sus tiendas físicas, o sus talleres. Debido a lo anterior, ellos consideran que las ventas online les pueden ayudar a vender más sus productos.

Dzityá cuenta con atractivos turísticos desarrollados, y algunos que todavía no se encuentran bien desarrollados. Estos atractivos turísticos pueden ser una oportunidad para atraer clientes hacia Dzityá. Un ejemplo podría ser un tour en los talleres de madera, lo cual si se aprovecha puede llevar a los potenciales clientes directamente a los artesanos. Gracias a estos potenciales atractivos turísticos de Dzityá, el tecnológico de Mérida se encuentra en planes con los pobladores de Dzityá para ayudarles a crear un plan de desarrollo turístico, representando éste una oportunidad para los artesanos de madera de Dzityá para incluirse en el plan y para aprovechar sus beneficios para la venta de su artesanía.

La mayoría de los artesanos de Dzityá les venden a intermediarios de diversas partes de México, sin embargo, no comercializan su producto a clientes directos a nivel nacional, y aún con intermediarios aún hay estados de la república mexicana a los que no llega la artesanía de madera de Dzityá. De igual manera no cuentan con clientes directos ni con intermediarios de otros países, razón por la cual enviar producto artesanal de madera de México hacia otros países representa una oportunidad que pudiera ser aprovechada por los artesanos de madera de Dzityá. Además de los segmentos por zonas geográficas, la artesanía de madera tiene muchas utilidades, como por ejemplo se han convertido en los objetos de moda, razón por la cual algunos artesanos venden a restaurantes diversos utensilios decorativos o utilitarios. El sector restaurantero es un sector muy amplio, por lo que representa un ejemplo de los

mercados no explotados que pueden aprovechar los artesanos de madera de Dzityá para comercializar su artesanía.

Dzityá provee un ambiente local, en el que muchos niños juegan en la calle, no hay tráfico, la mayoría de las actividades se realizan en la plaza principal donde se encuentra el ayuntamiento, la iglesia, el parque y diversos negocios de artesanías. Este ambiente local representa una oportunidad para atraer a potenciales clientes que buscan escapar del ruido de Mérida o de otras ciudades y que con su visita pueden llegar a los talleres artesanales como clientes.

5.1.3.3. Oportunidades en el Precio

Si bien un problema en la venta de artesanía en México es el poco valor que se le da a la artesanía, en años recientes existe una moda de valorización de las artesanías que podría ser aprovechada por los artesanos para establecer novedosas formas de utilizar las artesanías y para corregir errores de costeo y de apreciación del propio trabajo que mantienen los precios bajos que les impiden mejorar su calidad de vida.

5.1.3.4. Oportunidades en la promoción

El uso de las TIC se ha vuelto indispensable para la mayoría de las personas, quienes las utilizan todos los días no solo para entretenimiento sino para trabajo y muchas otras actividades diarias. Las personas pasan mucho tiempo en el internet y en las redes sociales, por lo que establecer estrategias promocionales que lleguen a estas personas en el momento en que se encuentran utilizando esos equipos representa una oportunidad para los artesanos de madera de Dzityá.

Aunado al utilizar la moda del interés de las artesanías, utilizar esta moda para plantear estrategias de promoción encaminadas a lograr que la artesanía de madera de Dzityá esté de moda, representa una oportunidad para los artesanos de madera de Dzityá.

Yucatán, al ser un estado muy turístico le apuesta mucho a la cultura e invierte en la promoción de esta cultura. Los artesanos de madera de Dzityá, al estar insertos en la cultura de Yucatán pueden utilizar la promoción de la cultura de Yucatán para al mismo tiempo promocionar sus artesanías.

5.1.4. Amenazas

Conocer las amenazas que tiene el exterior para los artesanos de madera de Dzityá, les puede ayudar a anticiparse, ya que al no tener control sobre ellas deben prevenir las dificultades y mitigar los resultados negativos. Las amenazas en la comercialización de la artesanía de madera de Dzityá se muestran en la figura 5.4.

Figura 5.4

Amenazas de la estrategia de comercialización de la artesanía de madera de Dzityá.

AMENAZAS			
PRODUCTO	PLAZA	PRECIO	PROMOCIÓN
Productos de materiales más baratos	Espacio cultural amenazado por la rápida llegada de fraccionamientos a Dzityá	Comparación con productos de materiales baratos	Productos de venta masiva con extensa promoción
Perdida del oficio en el recambio intergeneracional	Cierre de mercados por Covid	Desconocimiento del valor de una artesanía	Se le ha dado un nivel bajo a la palabra artesano.
Control del uso de maderas	Disminución de clientes por miedo a la pandemia	El costeo con base en el número de piezas que se elaboran al pasar de los años resulta en contra del artesano ya que al tener mas años realiza menos piezas y se encarece el	
Falta de interés del gobierno en el desarrollo de la artesanía.	Cambios climáticos ,cómo los huracanes, o las inundaciones que afectan los negocios impidiéndoles trabajar.		
Desabasto de la madera	Desconocimiento de la región como productora de artesanía de		
Encarecimiento de la madera			
Ventas no constantes			
Establecimiento de legislación incompleta, como la adquisición de madera legal, cuando en Yucatán, no había lugar donde se podía comprar. Se tardó 8 años de lucha, para que autorizaran ejidos sustentables.			
No hay apoyos ni programas económicos para el desarrollo de la artesanía, compra de maquinaria. Prestamos			
Falta de financiamiento			

Fuente: Elaboración Propia.

5.1.3.1. Amenazas en el producto:

Una de las Amenazas que los artesanos de madera de Dzityá deben prever son la competencia con productos similares a sus artesanías, pero con materiales más baratos que podrían afectar la compra del producto en comparación.

La pérdida del oficio en el recambio intergeneracional a pesar de tener un componente interno, el cual se refiere a que los artesanos mismos promuevan el oficio, así también tiene un componente externo y por lo tanto es una amenaza ya que no pueden

controlar las decisiones de la siguiente generación, ni cambiar la perspectiva que las nuevas generaciones tienen del oficio, ni obligarlos a continuar la tradición.

Con tanta deforestación en México y en el mundo, muchas especies de árboles podrían entrar en la lista de especies en peligro de extinción en cualquier momento, como ocurrió con el guayacán, por lo tanto, los artesanos deben estar atentos y preparados para adaptarse e innovar.

Posibles complicaciones como la tipificación de algunos árboles como especies en peligro podrían provocar también desabastos en otras maderas similares que se usen para sustituir la especie en peligro. Asimismo esta clasificación como especies en peligro podría provocar el encarecimiento de la madera en ejidos certificados, y el encarecimiento de maderas similares por la alta demanda que se provoque por la similitud con dicha especie.

Los artesanos de madera de Dzityá consideran que el no tener ventas constantes les impide planear, les impide cubrir muchas veces sus gastos mes a mes y mantener una calidad de vida fija.

Los artesanos manifiestan que la artesanía ha atravesado una crisis continua de ventas, que ha provocado que a lo largo del tiempo cada vez haya menos artesanos, y el gobierno no ha hecho nada para cambiar esta situación. De acuerdo a los artesanos no existen apoyos ni programas económicos enfocados al desarrollo y la competitividad de la artesanía, ni para la compra de maquinaria o préstamos para inversión, los programas que por lo regular utiliza el gobierno están basados en la compra de productos de los artesanos.

Algunos artesanos de madera consideran que el gobierno muchas veces establece legislación incompleta o no considera el papel del artesano cuando la realiza, como por ejemplo cuando establecieron que los artesanos debían adquirir y probar la proveniencia legal de la madera que utilizaban en sus talleres, pero no consideraron que en Yucatán no habían ejidos certificados donde se pudiera comprar esta madera, por lo que se tardó 8 años de lucha, para que autorizaran ejidos sustentables en Yucatán y mientras tanto fue difícil conseguir la madera.

La falta de financiamiento es una fuerte amenaza para los artesanos de madera de Dzityá, ya que sin fuentes de financiamiento les resulta complicada invertir en el crecimiento de su negocio e inclusive atender pedidos grandes sin el insumo de la madera ya seca para utilizar en dichos pedidos e inclusive invertir en maquinaria que mejoren los detalles de la artesanía, o publicidad que atraiga más clientes.

Los artesanos de madera de Dzityá perciben que el gobierno tiene una falta de interés en el desarrollo de la artesanía a diferencia de otros sectores y que por esta razón la artesanía de madera no termina de desarrollarse y los artesanos pasan apuros.

5.1.3.2. Amenazas en la plaza

Los artesanos de madera de Dzityá perciben que una fuerte amenaza a sus negocios es la llegada de los fraccionamientos a las cercanías de Dzityá. Esta cercanía amenaza con llevar el ambiente de ciudad a Dzityá y amenazar la forma de vida, la estructura de la sociedad y la cultura que se encuentra en la comunidad de Dzityá.

El COVID-19 trajo a la comunidad de Dzityá el cierre de los talleres por un periodo prolongado, privando a los artesanos de su única fuente de ingresos, razón por la cual consideran que es importante estar alertas ante incrementos en el número de contagios que pudieran provocar nuevos cierres de talleres. Asimismo esta pandemia ha provocado una disminución importante en el número de clientes que visitan las tiendas debido a la precaución de tratar de no salir de sus casas.

Cambios climáticos, cómo los huracanes, o las inundaciones afectan los negocios de artesanía de madera de Dzityá impidiéndoles trabajar por falta de luz, cierres para resguardo y daños en las instalaciones de los talleres. Por esta razón los artesanos consideran que deben monitorear este tipo de cambios climáticos constantemente.

El reconocimiento de Dzityá como región de artesanías de madera por parte de muchos Yucatecos no es suficiente para considerarla el sitio idóneo para la venta de las artesanías, debido a que los turistas nacionales e internacionales, quienes constituyen el principal cliente de las artesanías de madera de esta región, desconocen la artesanía que se elabora y el lugar en donde se encuentran los talleres y tiendas de artesanía de madera de Dzityá.

5.1.3.3. Amenazas en el Precio

Los artesanos de madera de Dzityá consideran que es difícil competir con productos utilitarios que realizan la misma función que las artesanías debido a que el cliente tiende a compararlos. Lo anterior viene a raíz de un desconocimiento del valor de la artesanía y de su proceso de elaboración, por lo que la gente tiende a ignorar el proceso artesanal que lleva realizar la artesanía y lo valioso de los materiales con lo que se elaboran, además de una tradición de menosprecio del producto artesanal y regateo de precios.

El costeo con base en el número de piezas que se elaboran también resulta una amenaza para el artesano, ya que el proceso de envejecimiento de los artesanos al pasar de los años puede provocar mayor dificultad o menor rapidez para elaborar las piezas, dando como resultado menos piezas en el mismo tiempo y por lo tanto un encarecimiento del producto. De esta manera los artesanos compiten entonces con quienes son más jóvenes, es decir se produce una comparación de juventud contra experiencia, lo cual es provocado por el tipo de costeo utilizado.

5.1.3.4. Amenazas en la promoción

Los artesanos de madera de Dzityá también deben competir con productos de venta masiva cuya promoción es tan extensa como su producción, colocándose en primer lugar en la mente del consumidor, a diferencia de la artesanía que cuenta con mínima promoción y por lo tanto no está bien posicionada como los productos de venta masiva.

Algunos artesanos de madera de Dzityá manifestaron que se le ha dado a la palabra artesano un bajo estatus en la sociedad en vez de respetarlo y enaltecerlos como a

los artistas, a pesar de que realizan actividades similares, y que cuando las personas piensan en un artesano están pensando en una persona de escasos recursos.

Existen otras problemáticas que destacaron en las opiniones de los artesanos que no están en relación directa con las estrategias de comercialización de la artesanía pero que influyen indirectamente en la capacidad de los artesanos para desarrollarse sustentablemente las cuales se mencionan a continuación.

Algunos artesanos manifestaron que sus compañeros artesanos de madera muchas veces esperan un papel paternalista de otras instituciones, esperando que les resuelvan su situación en vez de buscar soluciones en conjunto y trabajar por ellas, siendo víctimas de su propia idiosincrasia paternalista.

Los artesanos de madera de Dzityá mencionan que es muy difícil trabajar agrupados ya que no hay confianza y responsabilidad entre artesano por lo que es bastante visible la falta de organización para el bien común.

Algunos artesanos de madera mencionaron que el no contar con prestaciones de ley les ha motivado a tomar otros trabajos, o trabajos de medio tiempo e inclusive motivar a sus hijos a trabajar en empresas que les proporcionen prestaciones y servicios de ley para que cuenten con las posibilidades de atender enfermedades y jubilarse dignamente.

Los artesanos de madera de Dzityá consideran que es desmotivante para seguir con la labor de la elaboración de artesanía de madera el que no se reconozca el trabajo del artesano como un profesional del ramo y que la ley los proteja como tal, y no se le

dé importancia a la tradición artesanal dando como resultado que el gobierno y sus instituciones no se preocupen por desarrollarla.

Muchos artesanos han desarrollado una estrategia en la que prefieren vender su producción en los programas de gobierno de compra de artesanía que vender al público en general, disminuyendo la cantidad de clientes que podrían captar.

Muchos artesanos manifestaron que los accidentes en la artesanía de madera son comunes principalmente por el uso de la sierra y del torno. Asimismo la madera arroja mucho polvo al trabajarla, pero los artesanos consideran que no es dañino para su salud y que el uso de mascarillas y equipos de seguridad y protección dificulta su labor artesanal al impedir el tacto y la visión clara de la artesanía. Los artesanos de madera consideran que es muy importante establecer protocolos y realizar modificaciones de seguridad en sus talleres, pero no cuentan con el dinero suficiente para realizarlas.

En concordancia con los problemas de organización para el bien común de los artesanos de madera, algunos artesanos manifestaron que muchos de sus compañeros artesanos no cumplen con su palabra muchas veces por lo que es difícil confiar en ella.

Los artesanos de madera de Dzityá manifestaron que algunos artesanos no aprecian el propio trabajo, por lo que no consideran su tiempo, su experiencia y la calidad de su trabajo en el precio de sus piezas, dificultando para el resto de los artesanos hacerlo.

La mayoría de los artesanos de madera de Dzityá consideran que siempre se realizan muchos planes y que nunca se trabaja suficiente para concretarlos, por lo que terminan quedándose en planes y las cosas nunca cambian.

5.2. Situación de las TIC y su contribución en la comercialización de las artesanías de madera de Dzityá.

Durante la investigación se obtuvo que la mayoría de los artesanos a raíz de la Pandemia del COVID-19 experimentaron un descenso de las ventas del 70% al 90% de 2019 a 2020, en algunos casos se mantuvieron igual que en el 2019 y en otro aumentaron en un 20%. Durante esta situación de pandemia algunos artesanos recibieron un apoyo del Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), el cual consistió en la compra de artesanías hasta por \$25,000 pesos, por lo que algunos artesanos no sintieron tanto la baja de ventas.

Esta baja de ventas y el cierre de talleres fue la razón de la necesidad de un proyecto que les ayudara a vender durante el cierre de negocios, surgiendo la página de Facebook con tienda digital como opción llamada “Hecho a Mano Dzityá”. En la decisión de incorporarse al proyecto de la tienda digital se pudo observar que influyó el apoyo o no de familiares que supieran a la perfección el uso de las TIC, sin importar que se les ofreciera capacitación para su uso y dominio, por lo que no se contó con la participación de todos los artesanos. Debido a que el proyecto tenía como objetivo incluir a los hijos de los artesanos en el manejo de la artesanía, era deseable establecer un vínculo de los hijos de los artesanos con la artesanía de sus padres, por lo que se les sugirió en efecto tratar de convencer a sus hijos del manejo de la tienda y de no ser posible capacitarse ellos mismos. Sin embargo, no se consiguió por este medio la participación de los hijos o familiares, ya que a pesar de invitarlos a capacitarse para la tienda estos se negaban alegando que ellos podrían realizar la tienda para sus padres por sí mismos y no necesitaban la capacitación.

La participación de hijos de artesanos en el proyecto, se dio a través de la invitación abierta a participar, publicada en redes sociales de la comunidad, por la cual algunos hijos de artesanos se comunicaron para participar por iniciativa propia y posteriormente permanecieron en el proyecto de la tienda digital con contenido cultural. De igual manera en conjunto con los hijos de los artesanos, los artesanos del rango de edad de 30 a 40 años todos se mostraron interesados y participaron en la toma de decisiones, desarrollo y puesta en marcha de este.

Para la puesta en marcha del proyecto de tienda digital era deseable que éste tuviera un impacto en la cultura y la sociedad de Dzityá por lo que en conjunto con los artesanos de madera se sugirió la incorporación de contenido cultural como historias de la comunidad, escenas de la dinámica de la comunidad, procedimientos productivos, biografías, lugares turísticos, etc.; estableciendo un rol para que todos los artesanos y sus hijos pudieran compartir la cultura de esta región y su dinámica social con el mundo, con lo que los visitantes de la tienda pudieran conocer lo que rodea a una artesanía, el trabajo y proceso que lleva hacerla y quienes son los artesanos que las elaboran.

En cuanto a la categoría infraestructura, la mayoría de los artesanos no cuenta con computadora en el taller de producción, todos cuentan con celular, y casi todos cuentan con internet en el celular por medio del prepago de las compañías telefónicas, muy pocos artesanos cuentan con tabletas.

En cuanto al nivel de uso de las TIC, la mayoría de los artesanos utilizan el teléfono celular como herramienta básica en sus labores comerciales de la artesanía de madera de Dzityá y es la tecnología que más usan en dichas labores; muy pocos artesanos utilizan la computadora en labores comerciales y los que cuentan con tabletas electrónicas las usan en muy poca medida únicamente como medio de almacenamiento y visualización de catálogos de sus productos. El internet para la

mayoría de los artesanos no es percibido como indispensable por lo que a excepción de la aplicación whats app que requiere internet casi no lo usan.

En cuanto a las habilidades de uso de las TIC, la mayoría de los artesanos de madera de Dzityá no cuentan con habilidades de uso de la computadora, no cuentan con habilidades de uso de internet y utilizan el teléfono celular únicamente para hacer llamadas y enviar mensajes vía la aplicación whats app o aplicaciones de mensajería, pero no utilizan más funciones del celular a excepción de tomar fotografías, enviar y recibir imágenes. La mayoría de los artesanos no saben utilizar el correo electrónico. Muy pocos artesanos utilizan aplicaciones para videollamadas, pero a raíz de la pandemia algunos han incursionado en su uso asesorados por sus familiares. La mayoría de los artesanos no utilizan redes sociales más que Facebook. La mayoría de los artesanos utilizan esta aplicación para saber que pasa en el mundo, pero no los utilizan para su entorno comercial y no dominan las funciones básicas de esta aplicación. Algunos artesanos utilizan el internet ya sea en computadora o teléfono para buscar videos de capacitación para realizar piezas artesanales específicas que no saben realizar.

Los artesanos percibían que tenían necesidades de capacitación de uso de las TIC antes de la pandemia del COVID 19, pero a raíz de la pandemia esta necesidad se ha hecho más evidente para ellos, por lo que expresan la necesidad de capacitarse en su uso a la brevedad posible.

La mayoría de los artesanos manifiesta que está dispuesto a capacitarse en el uso de las TIC, en su mayoría les gustaría capacitarse en el uso de la computadora y el internet, unos pocos artesanos quisieran capacitarse en el uso de programas de diseño digital, otros pocos quisieran capacitarse en programas de procesamiento de datos y otros pocos a pesar de sentirse cómodos con el uso de las TIC no saben

específicamente en qué podrían capacitarse, pero les gustaría aprender cada día más de estas. A percepción del investigador, a excepción de unos pocos artesanos que tienen un nivel avanzado de dominio de las TIC en su mayoría artesanos de entre 30 a 40 años, la mayoría de los artesanos no saben que oportunidades o debilidades pueden representar las TIC para su vida laboral y cotidiana, han observado lo que hacen otras personas con ellas, pero no están seguros de que pueden hacer y las posibilidades que tienen.

En la mayoría de los talleres artesanales de madera quienes utilizan las TIC no son los propios artesanos, sino familiares que les apoyan en esta labor. En la mayoría de éstos talleres, quienes apoyan son los hijos de los artesanos, en algunos pocos casos las esposas y los sobrinos. Estos familiares de acuerdo con los artesanos utilizan muy bien las TIC, y mencionan que les apoyan con creación de páginas de venta, búsqueda de clientes, envío de mails, uso de redes sociales, impresiones, video llamadas, facturación, etc. Los artesanos de madera que no dominan las TIC perciben que necesitan capacitación ya que se sienten rezagados en comparación con quienes si las dominan. La mayoría de los artesanos creen que es importante capacitarse para progresar y tienen miedo de que cuando sus familiares que les apoyan con el uso de las TIC decidan irse de los talleres no puedan realizar las labores que ellos realizan.

Entre los artesanos entrevistados algunos piensan que las TIC les pueden ayudar a vender más, a buscar clientes, aprender más, buscar imágenes, salir adelante, vender, aprender otros idiomas, revisar apoyos en plataformas gubernamentales, para capacitarse, para simplificar la vida y comunicarse con personas en cualquier parte del mundo.

Los artesanos de madera de Dzityá perciben que las TIC les han proporcionado la capacidad de comunicarse con sus familiares, proveedores, clientes y amigos, por lo

que creen que son herramientas útiles para las relaciones sociales. Algunos artesanos perciben que las personas son quienes permiten que la tecnología supla las relaciones sociales, es decir en vez de interactuar persona a persona se ponga como intermediario a la tecnología. Asimismo manifiestan que las TIC distorsionan la vida del ser humano por la adicción ellas y al mismo tiempo esto provoca que al no tener actividades al aire libre los jóvenes tengan mala salud. Algunos artesanos de madera de Dzityá piensan que hay que tener cuidado en el uso de las TIC, en cuanto a la seguridad de la información que se comparte ya que algunos han sido víctimas de intentos de fraude y extorsión.

Unos pocos artesanos perciben que el cambio tan rápido de tecnología hace que la gente quiera cambiar de teléfono o de computadora constantemente y con esto gasten más y más dinero. Además, que los equipos y sus partes terminan en la basura o contaminan el agua.

Algunos artesanos manifestaron que la cultura, las tradiciones y los valores se están perdiendo con el uso de la tecnología y que si los padres no están pendientes de lo que hacen sus hijos éstos serán educados por la tecnología. Asimismo otros artesanos perciben que el uso de las TIC les permite llevar la cultura a más personas, por el acceso a más personas al mismo tiempo, de esta manera puedes dar a conocer tus tradiciones, tu comunidad y los procesos de trabajo artesanales a más personas.

Unos pocos artesanos piensan que las TIC han hecho a las personas perezosas para pensar y afectan las habilidades para socializar. También manifiestan que da tristeza que las generaciones más jóvenes no juegan en la calle, ni conocen los juegos que antes jugaban los niños.

Entre los artesanos entrevistados predomina la idea de que las TIC les han sido de mucha utilidad en su vida diario en tiempos de la pandemia del COVID 19, ya que les ha permitido tomar clases, comunicarse con clientes y proveedores. Algunos artesanos

comentan que las TIC solo les sirven para comunicarse con personas y proveedores y otros no están seguros en qué les podrían servir.

Se percibe que los artesanos de madera no están completamente conscientes de las implicaciones que las TIC tienen en su vida. Debido al desconocimiento del uso de las TIC por la mayoría de los artesanos de madera de Dzityá no se perciben afectaciones positivas o negativas por su uso; por el contrario, se perciben implicaciones por el no uso de éstas. Sin embargo, existe un sentimiento de marginación e impotencia por el desconocimiento de las TIC a profundidad, en comparación con los artesanos que si usan estas herramientas.

Los artesanos que sí usan las TIC con pericia en su mayoría han desarrollado mejores habilidades a partir de la pandemia mencionada, debido a la necesidad y al mayor tiempo disponible. Se percibe que la edad avanzada de la mayoría de los artesanos de madera de Dzityá influye en la poca interacción que han tenido con las TIC y en el interés en el desarrollo de éstas habilidades en tiempos anteriores a la pandemia.

Se percibe que los hijos de los artesanos de madera de Dzityá, universidades que han incursionado en proyectos de la comunidad y clientes han intentado motivar a los artesanos de madera de Dzityá al uso de las tecnologías de información por sus beneficios en las ventas. Sin embargo al planear proyectos de uso de las TIC sin el empoderamiento por parte de los artesanos en el caso de las universidades, y en el caso de los hijos al encargarse de la administración de éstas han aumentado la falta de interés de los padres en el dominio de estas al cubrirles las necesidades sin esfuerzo, de ahí la importancia de la pandemia en el sentimiento de la necesidad del uso de las TIC para crear un verdadero interés en el uso y manejo responsable social y culturalmente de estas.

Entre los artesanos de madera de Dzityá prevalece la demanda de capacitación en el uso de las TIC y las herramientas y funcionalidades que estas pueden proveerles para

la venta de la artesanía y desarrollo personal. La mayoría de los artesanos manifestó que esta necesidad no surgió con el desarrollo de la pandemia, sino desde antes, sin embargo, en la inserción en la comunidad y la observación participante durante el desarrollo de eventos entre el investigador y los artesanos de madera, en los que se tenía que usar estas TIC se mostraban renuentes a modo de manifestar “Yo no les sé a esas cosas”, “yo prefiero las ventas personales”, “yo solo uso mi teléfono para hablar”, entre otras manifestaciones. Por tanto, se percibe que la pandemia del COVID-19 sí influyó en la necesidad de estos en incursionar en el uso y manejo de las TIC, y en el interés en su capacitación, a modo de mostrarse más participativos y curiosos en su uso, preguntar y demandar capacitación, intervenir en proyectos que las incluyan, y en el caso de los artesanos que ya las manejaban lograr una mayor diversificación de usos.

5.3. Distancia actual de las prácticas de los artesanos de madera de Dzityá en camino hacia el comercio justo.

El análisis de la situación actual de los artesanos de madera de Dzityá en el comercio justo dio como resultado lo siguiente:

Principio 1. Oportunidades para Productores Desfavorecidos. Para este principio se seleccionaron 5 categorías: protección de la cultura, desarrollo social, vivienda digna, desarrollo local y desarrollo de productores. De estas 5 categorías surgieron 7 interrogantes, cuyas respuestas dieron como resultado que los productores de Dzityá se encuentran en un 57% de avance en el cumplimiento del principio número 1 del comercio justo. Las áreas a reforzar específicamente son desarrollo social, vivienda digna y desarrollo de productores.

Principio 2. Transparencia y responsabilidad. En este principio se utilizaron 7 categorías llamadas transparencia en la gestión y relaciones comerciales, administración y gestión, organización sólida y democrática, derechos laborales, acoso sexual, democracia, y formalización. De estas categorías surgieron 9 preguntas, cuyas respuestas sugieren un porcentaje de avance del cumplimiento de este principio del 22%, el cual fue notorio en las categorías de desarrollo local y medianamente en desarrollo social, sugiriendo una fuerte necesidad de trabajar en este principio, reiterando que, si bien el objetivo no es la certificación, cumplir con estos requisitos los acercaría a un desarrollo sustentable.

Principio 3. Prácticas comerciales justas. En este principio se utilizaron 6 categorías llamadas: honestidad, compromiso y responsabilidad, respeto a la identidad cultural, cooperación, sistema comercio justo, y relaciones duraderas. De estas categorías se plantearon 8 interrogantes, cuyas respuestas sugieren un avance del 37.5% en el cumplimiento de este principio, el cual se tiene principalmente en las categorías de respeto a la identidad, y relaciones duraderas, por lo que es necesario trabajar en cumplir con el resto de las categorías.

Principio 4. pago justo. De este principio se utilizaron 2 categorías: costeo y valor adecuado, y procedimiento de precio. De estas categorías se plantearon 2 interrogantes, cuyas respuestas sugieren que no existe avance alguno en este rubro.

Principio 5. No al trabajo infantil o trabajo forzoso. En este principio se utilizó la categoría compromiso con el combate al trabajo infantil, en la cual se plantearon 2 interrogantes, cuyas respuestas sugieren que los artesanos de madera de Dzityá tienen el 100% de avance en el principio número 5 del comercio justo. Debido a esto es necesario vigilar el cumplimiento continuo de este principio a lo largo del tiempo.

Principio 6. No a la discriminación, igualdad de género, libertad de asociación. En este principio se utilizó una categoría llamada compromiso con la equidad, en la cual se plantearon 6 interrogantes. Las respuestas a estas interrogantes sugieren que no existe avance alguno en el principio 6 del comercio justo.

Principio 7. Buenas condiciones de trabajo. En este principio se utilizaron 6 categorías: seguridad, instalaciones básicas, regulación de recursos humanos, derechos laborales, compatibilidad del trabajo y la familia, y trabajo de los jóvenes. De estas categorías surgieron 12 interrogantes, cuyas respuestas sugieren un avance nulo en el principio número 07 del comercio justo.

Principio 8. Desarrollo de capacidades. En este principio se utilizaron 03 categorías: eficiencia productiva, formación, y sustentabilidad a largo plazo. De estas categorías surgieron 4 interrogantes cuyas respuestas sugieren un avance del 50% en el cumplimiento de este principio por los artesanos de madera de Dzityá, razón por la cual es necesario trabajar en establecer un plan de mejora continua para todos los principios de comercio justo, y específicamente un plan para el desarrollo de las capacidades de sus empleados.

Principio 9. Promoción al comercio justo. Se omitió el análisis de este principio debido a que es irrelevante en este momento ya que los artesanos de madera de Dzityá no se encuentran en un proceso de certificación o afiliación y desconocen el concepto de comercio justo.

Principio 10. Respeto al medio ambiente. En este principio se utilizaron 6 categorías: Conservación del suelo, regulación de productos químicos, biodiversidad, gestión de residuos, uso de los recursos hídricos, cuidado de la energía. De estas categorías surgieron 12 interrogantes, cuyas respuestas sugieren un avance del 33 % en el respeto al medio ambiente por parte de los artesanos de madera de Dzityá, avance que se ha dado principalmente en la conciencia en la importancia del cuidado del medio ambiente; conciencia que no se refleja en acciones concretas para evitar el impacto de su operación en él.

Una vez que los artesanos recibieron la capacitación acerca del comercio justo, se mostraron interesados en estas acciones 6 artesanos de madera, quienes después de conocer el porcentaje de avance en el que se encuentran para ser una organización de comercio justo decidieron en conjunto comenzar con establecer el mecanismo de toma de decisiones que se llevaría a cabo en la organización para así empezar a tomar las decisiones necesarias para que paso a paso sea posible crear una organización con buenas prácticas, apegada a los principios de comercio justo, que les permita implementar estrategias hacia un desarrollo sustentable.

5.4. Implementación de estrategias de comercialización apoyadas en las TIC desde la perspectiva del comercio.

Este apartado incluye las acciones que se realizaron en conjunto con los artesanos de madera de Dzityá, en respuesta a sus solicitudes y necesidades. A través de estas acciones fue posible conocer más a profundidad el ambiente de Dzityá, realizar una inmersión más profunda en el contexto de los artesanos de madera de Dzityá, ganar confianza, y recabar información valiosa para efectos del cumplimiento de los objetivos de esta investigación y lograr un cambio social, ambiental, económico y cultural que favorezca a los artesanos de madera de Dzityá y su comunidad.

5.4.1. Festival Ya'ab k'abo'o¹

5.4.1.1. Organización del Evento

En respuesta a una necesidad de una plataforma en la que los artesanos de madera de Dzityá pudieran vender sus productos, dar a conocer su producto y su comunidad, generar un espacio de convivencia social y familiar, ayudar al desarrollo de la comunidad y la preservación del oficio artesanal, los artesanos de madera de Dzityá en conjunto con el Tecnológico de Mérida coordinaron la planeación, coordinación y puesta en marcha de un evento cultural, social y comercial llamado Festival Ya'ab k'abo'o . El festival Ya'ab k'abo'o se llevó a cabo en un horario entre semana de 11:00 a.m a 09:00pm y fines de Semana: 11:00 a.m a 11:00pm.

A pesar de ya haberse organizado eventos en estas fechas en años anteriores, este año se quiso hacer un festival con la categoría de la ya famosa feria Tunix, e involucrar una participación más amplia de la sociedad, por lo que la coordinación llevó más tiempo y su realización requirió además de la participación de los artesanos de madera de Dzityá, y los alumnos de la maestría en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional como coordinadores, incluyó la participación de artesanos de piedra, de vidrio y muchas otras artesanías de los municipios de Ticul, Tekit, Kimbila, Kanasín, Xcunyá, Dzityá, Teabo como vendedores; también participaron organizaciones sin fines de lucro, grupos de baile, medios, artistas, fotógrafos, empresas, sociedad y gobierno quienes donaron recursos de diferente especie como tiempo, bienes, insumos etc.

¹ significa muchas manos, en Maya

5.4.1.2. Contenido del Evento

Durante el festival se presentaron diversos shows que se encargaron de amenizar, los cantantes Teresita Campos, Mariano Soto, el cantante en lengua maya Hermenegildo Yah May; exhibiciones de baile del centro cultural TE HERE FENUA, la academia OIH ANU NUI, la academia de baile “Salsa Souls”, el Grupo Jaranero Lol-Ya, el Ballet Folclórico Yakumech Macehual, el Grupo cultural nuevo amanecer de Teabo , el Ballet infantil de Yotholin y el Ballet infantil de Tekit, de igual manera el Tecnológico de Mérida presentó al grupo de música latinoamericana Yumpaax, y su banda de guerra, todos se presentaron con el objetivo de hacer este evento un lugar ideal para traer a las familias Yucatecas a pasar un increíble rato de esparcimiento, aprendizaje y culturización y de esta manera atraer visitantes a la feria.

Figura 5.5.

Actividades realizadas en el Festival Ya'ab k'abo'o



Fuente: Captura propia, tomada del Festival Ya, Ya'ab k'abo'o

En las fotografías anteriores se pueden observar las actividades culturales y sociales que se realizaron durante el festival que fortalecieron esos dos ejes tan importantes en el camino al desarrollo sustentable de la comunidad de Dzityá.

Durante el evento también se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Exposición colectiva “retratos de nuestra tierra”.
- Inauguración de los murales "Dzityá pueblo mural".
- Inauguración del proyecto “Letras Dzityá”, en el que se elaboraron letras gigantes de piedra para la plaza principal de Dzityá.
- Pasarela de artesanías en la que se modelaron las artesanías por modelos.
- Presencia de asociaciones de Perritos para Adopciones.
- Visitas Guiadas: Se realizaron visitas guiadas a los talleres de los artesanos de Dzityá para conocer el importante proceso de elaboración de las artesanías.
- Se llevó a cabo 2 concursos apoyados por el museo comunitario Puksi'ik'al Ché, el concurso de villancicos y el concurso de elaboración de piñatas.
- Se realizaron varios talleres para toda la familia: Taller de plastilina, taller de elaboración de mandalas tejidos y taller literario para niños.

5.4.1.3. Estrategia Comercial publicitaria

Para la promoción y publicidad del evento se realizaron las siguientes actividades, cuyos beneficios son extensivos para los artesanos de madera de Dzityá por realizarse en su comunidad, en su plaza principal y por estar presentes como organizadores y expositores, así como también es extensiva para todos los que donaron recursos al aparecer como patrocinadores: Publicidad de Boca en Boca; publicidad vía whats App;

creación de la página web del Evento y publicidad del evento vía Facebook, la cual tuvo un total de 557 personas afiliadas a la página o seguidores, un total de 29, 437 personas alcanzadas con las publicaciones y un total de 7,092 interacciones con publicaciones de la página; se realizó una rueda de prensa el lunes 09 de diciembre resultando en un artículo en el Diario Por Esto, el cual se puede observar en el siguiente link. <https://www.poresto.net/2019/12/10/festival-yaab-kaboo-muchas-manos-en-dzitya/>.

Otras actividades que se realizaron: Páginas de patrocinadores del evento mantuvieron información y publicidad del evento en sus propias páginas webs y de fans; se asistió a 2 entrevistas de radio el 11 de diciembre a las 12:15 pm en tolerancia cero, con Héctor Moreno, y a las 3:30pm en radio fórmula con José Luis Preciado: se publicaron en total 3 artículos del Evento cuyos links los encuentras a continuación: <http://revistaalianzaempresarial.com/festival-artesanal-yaab-kaboo-muchas-manos-impulsara-el-turismo-en-dzitya/>; <http://senderosdelmayab.com/dzitya-impulsa-el-turismo-con-el-festival-artesanal-yaab-kaboo-muchas-manos/>: <https://www.defrentenoticias.mx/2019/12/12/dzitya-impulsa-el-turismo-con-el-festival-artesanal-yaab-kaboo-muchas-manos/>

5.4.1.4. Resultados del Festival

Entre los beneficios aportados por el festival se encuentran la promoción de la artesanía de Madera y piedra, ampliación de cartera de Clientes, espacio sano para la comunidad, atracción de turismo, atracción de clientes cercanos, ventas sin intermediarios, se estima que el promedio de ventas diario por artesano fue de \$500 pesos, se crearon 3 importantes bases de datos: Bases de Datos de Clientes que compraron en la feria, bases de datos de artesanos que participaron en el evento, bases de datos de patrocinadores del evento, se creó la imagen del evento (logo y

página del facebook) lo cual le da identidad al evento, se logró la participación de empresas, gobierno, particulares y artesanos en la consecución del Festival. También en este festival se dieron a conocer las artesanías de Yucatán, se fomentó el trabajo en Equipo y la participación de la comunidad de Dzityá., se establecieron bases para lograr realizar el festival en futuros años con bases sólidas y experiencia.

Durante la organización del evento se pudieron observar carencias en los artesanos como son falta de disposición para trabajar en equipo, dificultades para asumir responsabilidades, conflictos entre artesanos y falta de confianza entre ellos. Estos problemas evidencian el sentido de comunidad debilitado y la prevalencia del individualismo entre los artesanos de madera de Dzityá. Asimismo fue posible notar cualidades como las ganas de trabajar y de participación en eventos que son para la comunidad.

5.4.2. Página de Facebook Hecho a Mano Dzityá.

Este proyecto surgió en respuesta a la entrada de la Pandemia del Covid-19 cuyas consecuencias llevaron al cierre de los talleres de forma obligatoria, lo cual derivó en que la ya complicada situación de la baja de ventas de artesanías en Dzityá se agravó obligando a los artesanos a buscar nuevas formas de venta de sus artesanías, atracción de turistas y con esto incrementar las ventas.

El proyecto consistió en la elaboración de una Página de Facebook para la venta de artesanías de Dzityá en línea, con contenido Cultural, operada por los hijos de los artesanos de Dzityá, la cual les otorgaría un canal de venta diferente a la venta personal. Sin embargo, el canal de venta de artesanías online no era suficiente para atraer a los turistas y posibles compradores y les pagaran el precio de la artesanía sin

regatear. Por tanto, considerando los atractivos con los que cuenta Dzityá tales como el museo comunitario, los murales, las letras monumentales, los talleres de piedra y madera, la Iglesia, la Feria de Tunich, el Festival Ya'ab k'abo'o, muestra de altares, el cenote, la cultura de la artesanía, y la dinámica de la comunidad de Dzityá, entre otros.

Este contenido cultural era importante incluirlo debido a que:

- Las artesanías valen por lo que representan y la cultura en la que están envueltas.
- El producto artesanal es: La materia prima, el trabajo del artesano, la tradición.
- Los turistas conocen Dzityá a través de la página y se interesan por visitarla. Al visitar Dzityá es casi obligado visitar sus tiendas de artesanías.
- Las personas que ven el contenido cultural (fotos, documentales, momentos mágicos de Dzityá, información etc) entran a ver las artesanías de la tienda virtual.

Objetivos del proyecto:

- Insertar a los artesanos al modelo de Negocios actual del Covid 19
- Dar a conocer las ventajas de las TIC con un enfoque CTS.
- Promocionar a Dzityá y su atractivo.
- Fomentar afluencia de compradores.
- Promover un Turismo consciente
- Promover el interés de las generaciones futuras en el oficio de sus padres.
- Fomentar que los jóvenes de Dzityá conozcan la comisaría y compartan su belleza con todo el estado.

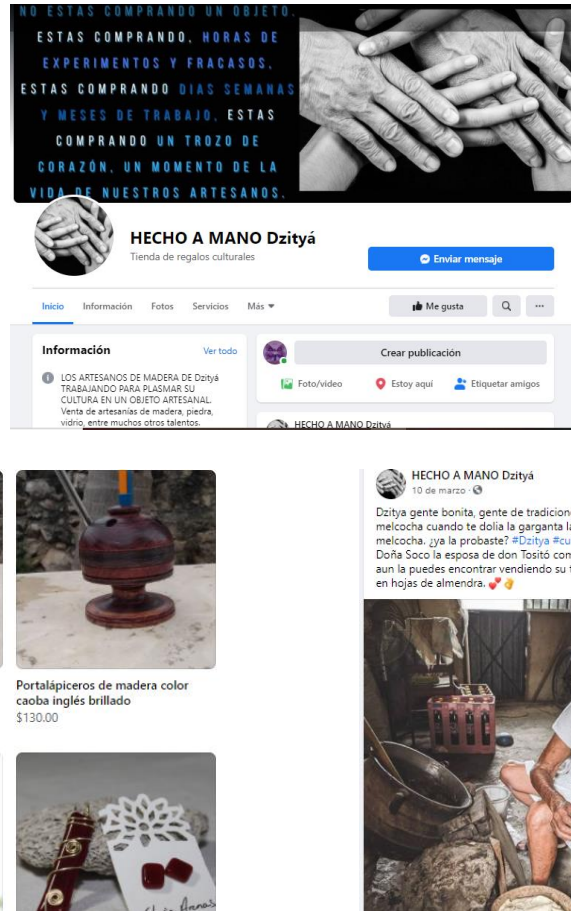
- Fomentar la convivencia Familiar.

Las características particulares de la página de venta online en Facebook, nombrada “HECHO A MANO DZITYÁ” son: División por tipo de artesanía, máximo de 10 productos por artesano, cada Foto tiene su descripción, medidas, tipo de materiales, ventas online, entrega a domicilio, la página es gratuita, operada por los artesanos y sus hijos.

Durante la realización del proyecto se pudieron identificar problemáticas propias de la comunidad de artesanos de Dzityá tales como conexiones a internet inestables, los artesanos no cuentan con infraestructura para desarrollar todas las herramientas que las redes sociales les proporcionan para la venta del producto, altos costos de conectarse a internet vía celular, no fue posible que los artesanos establecieran lazos de confianza para unificar una cuenta y lograr que la página vendiera automáticamente, poca participación por parte de los jóvenes hijos de artesanos, dificultades del resto de la comunidad de Dzityá para trabajar con los artesanos por ser conocidos como personas “conflictivas”, dificultades para trabajar en modalidades online por falta de capacitación.

Figura 5.6.

Vista de la página “Hecho a Mano Dzityá”



Fuente: Screen Shot página Facebook Hecho a Mano Dzityá.

En las anteriores fotografías se puede observar cómo se ve la página en su página principal, en su tienda virtual y la carga de contenido cultural y social que la respalda.

5.4.3. Proyecto “Revalorización de las actividades artesanales de Dzityá.”

El proyecto “Revalorización de las actividades artesanales de Dzityá: semillero de artesanos” proponía trabajar en promover la revalorización del oficio de la artesanía

de madera en torno, qué más qué oficio es un legado ancestral de los antepasados de la comunidad de Dzityá.

Surge como respuesta a una inquietud de un grupo de artesanos y pobladores de Dzityá, quienes observaban la oportunidad por medio de niños, jóvenes y adultos de revalorizar y crear una nueva generación de artesanos con el objetivo que en 20 años más no se vea extinta la actividad del grupo de artesanos de madera y de piedra. De esta manera es como encuentran una convocatoria que proponía otorgar recursos para los proyectos ganadores por lo que los artesanos se acercaron al grupo de trabajo de la maestría en planificación de empresas y desarrollo regional para solicitar apoyo para el cumplimiento de los requisitos del documento evidencia.

Objetivos del proyecto:

- 1.Capacitar a una nueva generación de artesanos que revitalice la actividad de la artesanía local de la comunidad de Dzityá
- 2.Transmisión de técnicas tradicionales y modernas desde artesanos consolidados a los participantes del proyecto.
- 3.Generar un espacio cultural con la actividad tradicional

Este proyecto proponía ofrecer cursos a niños, jóvenes y adultos que estuvieran interesados en aprender a trabajar la madera y la piedra en la ciudad de Mérida. Cada curso tendría una duración 144 horas las cuales 16 horas serán de teoría, 96 horas serán de práctica y 32 horas para que el estudiante realice su propia pieza artesanal desde su óptica, esto guiado por el artesano.

El proyecto incluyó un cronograma de clases, presupuesto, ofrecimiento de donaciones de tiempo y especie por parte de los artesanos para los profesores y el material para los cursos y la solicitud de asignación de recursos monetarios mediante la convocatoria del gobierno del estado para la realización del proyecto. Sin embargo, el proyecto no fue seleccionado en los resultados de la convocatoria, por lo que el proyecto a pesar de contar con el interés de los artesanos aún no cuenta con financiamiento.

Durante la realización del proyecto fue posible notar que existe una brecha económica y de capacitación entre los mismos artesanos, evidenciándose en la infraestructura más avanzada con la que cuentan algunos talleres artesanales, los productos innovadores y más detallados que los ayudan a diferenciarse del resto de los artesanos y una mayor capacidad económica para inclusive ofertar donaciones.

5.4.4. Capacitación de comercio justo

Para dar a conocer las características del comercio justo a los artesanos de madera de Dzityá, se implementaron capacitaciones en 3 sesiones a las que asistieron un total de 6 artesanos de madera de Dzityá.

En las capacitaciones se incluyeron los siguientes temas:

- ¿Qué es el comercio justo?
- ¿Cómo surgió el comercio justo?
- ¿A quién va dirigido el comercio justo?
- Certificaciones del comercio justo
- Beneficios de ser parte del comercio justo

- Principios del comercio justo
- Proceso de Venta de productos de comercio justo
- Necesidades para ser parte del comercio justo
- Casos de éxito de empresas de comercio justo en México

En otra sesión online a la que asistieron los 6 artesanos de madera de Dzityá que asistieron anteriormente a las capacitaciones, se les presentó el porcentaje de avance en el que se encontraban de camino hacia un comercio justo y las razones de este avance, el cual se obtuvo como resultado de las entrevistas semiestructuradas y la observación. Una vez con el conocimiento y la aprobación de la información por los artesanos de madera de Dzityá se les preguntó si estaban interesados en el comercio justo como principios para lograr un desarrollo sustentable. Lo anterior dio como respuesta a 5 artesanos interesados en desarrollarse bajo los principios del comercio justo.

En una tercera y cuarta sesión a la que asistieron un total de 5 artesanos de madera de Dzityá, se les preguntó ¿cual les gustaría que fuera el primer paso para caminar hacia el comercio justo? para lo cual, decidieron en consenso establecer el proceso de toma de decisiones que llevarían como organización, para realizar esta labor, cada uno de ellos pensaría en cómo le gustaría que se tomaran las decisiones y posteriormente se reunirán en otra sesión para establecer en consenso cual sería el proceso.

Debido a las limitaciones de tiempo de la investigación causadas por el COVID-19 fue imposible continuar con el proceso de acompañamiento de acercamiento de los

artesanos de madera de Dzityá al comercio justo en busca de un desarrollo sustentable.

5.5. Discusión de Resultados

Como se puede apreciar, los artesanos de madera de Dzityá actualmente carecen de la mayoría de las características necesarias para ser una organización de comercio justo, sin embargo, dada la compatibilidad de sus carencias y necesidades con las mejoras prometidas por este modelo, la práctica paulatina de actividades encaminadas a mejorar cada uno de estos aspectos puede derivar en la mejora de la situación actual de los artesanos y llevarlos a desarrollarse sustentablemente.

Uno de los principales puntos a mejorar es el establecimiento de una organización estable y democrática que cumpla con los estándares del comercio justo de la cual se pueda partir para impulsar su desarrollo. A pesar de tener problemas en común, el debilitamiento del sentido de comunidad de Dzityá representa un obstáculo en el logro de este objetivo, debido a que los artesanos compiten entre ellos, en vez de cooperar para resolverlos, truncando así sus posibilidades de desarrollo conjuntas. Trabajar en el reforzamiento del sentido de comunidad es un paso esencial para lograr avanzar en el desarrollo sustentable de la comunidad a través del comercio justo, fortaleciendo así el oficio de la artesanía de madera de Dzityá. Como menciona un productor entrevistado en el grupo focal Banelino en 2018, mencionado en Coscione, (2019). “El comercio justo es compartir con el otro” (p.119), por lo que es necesario que los artesanos dejen a un lado sus diferencias y su propensión al individualismo para lograr el establecimiento de una organización que trabaje en equipo para el bien común.

A pesar de contar con 2 organizaciones de artesanos de madera de Dzityá formalizadas, se puede notar las deficiencias de éstas en el análisis de los principios de transparencia y responsabilidad, desarrollo de capacidades, y prácticas comerciales justas, demostrando carencias fundamentales en los valores de la organización en los cuales se debe trabajar para reforzar el sentido de confianza en las organizaciones. De acuerdo a Catalina Sosa directora ejecutiva de la Oficina Regional en América Latina de la WFTO en entrevista para la Coordinadora Estatal de comercio justo, (2017) lo más importante en el comercio justo es establecer la transparencia y la confianza como norma en las relaciones comerciales, el que nadie se aproveche del otro, exista libre asociación, la toma de decisiones sea de manera participativa, y se cumplan las normas laborales de cada país. Lo anterior hace posible establecer una ética en el contexto general tanto del trabajo como del comercio y los productores tienen la posibilidad de operar sociedades comerciales confiables y óptimas para comercializar su producto. La confianza y la transparencia parecen ser un punto importante para los artesanos de madera, ya que escogieron como primer punto a trabajar en su camino al comercio justo establecer el proceso de toma de decisiones de la futura organización poniéndolo por encima de fundar una organización estable.

En el análisis de los principios de buenas condiciones de trabajo, no a la discriminación, igualdad de género, y pago justo, prácticamente los artesanos de madera de Dzityá se encuentran con nulo acercamiento al modelo de comercio justo, lo cual resulta evidente al notar que solo existe una artesana en Dzityá, los precios de los artesanos apenas les alcanzan para pagar sus gastos y no cuentan con seguro social, resultando congruente con la investigación de Montejo, (2015) respecto a las condiciones económicas de los artesanos de madera de Dzityá. Por esta razón, además de fortalecer el sentido de comunidad y la articulación de una organización de artesanos de madera de Dzityá democrática, otros puntos críticos a trabajar, con más oportunidad de crecimiento por su nulo avance actual, serían los mencionados

anteriormente, colocándolos como la segunda prioridad en la agenda de desarrollo de los artesanos de madera de Dzityá a través del comercio justo. La igualdad de género y empoderar a la mujer además de estar en los principios del comercio justo se encuentran como actividades primordiales en los Objetivos de desarrollo sustentable ONU., (2017). A pesar de esto, no existen pruebas suficientes que ayuden a entender la repercusión del comercio justo en mujeres y niñas en comparación con su efecto en hombres y niños, pero se reconoce que para que el Comercio sea de verdad justo deben emprenderse acciones efectivas para lograr la igualdad de género que incluyan la participación no solo de la mujer sino también del hombre en los cambios necesarios, y reconociendo las desigualdades sociales y las relaciones de poder, resultado de múltiples factores contextuales como son raza, clase, identidad étnica y religiosa, y discapacidad (Fairtrade International, 2020). Lograr que la mujer ocupe un sitio de igual valía que un hombre en las actividades comerciales representa no solo un bienestar para las mujeres, sino que enriquece las decisiones y aumentan las posibilidades de éxito de los negocios al obtener puntos de vista distintos. Para dar cumplimiento de este principio en las labores de los artesanos de manera de Dzityá debe concebirse estructuralmente y desde todos los ámbitos de formación de la organización base, pero debe ir más allá del negocio, y buscar la igualdad de la mujer en la sociedad y el entorno en el que se desenvuelve, eliminando las etiquetas de labores específicas para las mujeres, otorgándole la oportunidad de organización, y de acceso a los recursos, realizando sensibilización para ambos géneros en cuanto a la desigualdad actual entre los géneros, y la identificación de las mujeres como sujetos autónomos y no como esposas o hijas de alguien (Quesada, 2012).

En el camino a ser una organización de comercio justo y avanzar hacia un desarrollo sustentable se requiere implementar incentivos y políticas reguladoras para mejorar la calidad de vida de la población sin sobrepasar la capacidad de carga de los ecosistemas, y de la tecnología y la organización social para lograr que los sistemas naturales, sociales y económicos sobrevivan, de lo contrario los daños serán

irreversibles (Enkerlin, Rodríguez, del A. y Cano; 1997). En este mismo sentido y considerando que se puede observar una conciencia social en los artesanos de madera de Dzityá, pero no se llevan a cabo acciones suficientes para minimizar el impacto ecológico de su operación, es indispensable establecer políticas obligatorias de protección al medio ambiente y el buen uso de los recursos en la construcción de una organización de comercio justo.

El análisis de las condiciones actuales de los artesanos de madera de Dzityá desde la perspectiva del comercio justo, representa una herramienta de gestión de sus oportunidades para desarrollarse, ya que el comercio justo puede llegar a tener un gran impacto en el fortalecimiento de las organizaciones de productores y sus familias, mejorar su autoestima, favorecer el desarrollo de los servicios en su comunidad, como transporte, centros de capacitación y de salud. Además, el papel de la mujer se vería fortalecido al desarrollarse en una organización democrática, ayudaría a un mayor aprendizaje y acceso al mercado y al crédito, mejoramiento de la calidad del producto y de la credibilidad de la organización, acceso a proyectos de desarrollo, establecimiento de nuevas redes y contactos nacionales e internacionales (Johnson, 2004).

Uno de los deberes de cualquier organización productora de comercio justo es reinvertir sus ganancias en el desarrollo de la comunidad por lo que la importancia de esta investigación recae en la posibilidad de contribuir a un desarrollo sustentable para la organización, sus miembros y su comunidad (Socías y Doblás, 2005).

Para que sea posible construir una plataforma básica de comercio justo con los artesanos de madera de Dzityá, que les permita desarrollarse sustentablemente, los cambios deben realizarse con la participación, el compromiso y al ritmo que estos puedan realizarlo, considerando sus propias limitaciones y necesidades. Es importante

considerar que pese a los esfuerzos que realicen los artesanos de madera de Dzityá para convertirse en una organización que adopte el modelo de comercio justo, es posible que no puedan acceder a una certificación futura debido a sus altos costos o la inexistencia de un mercado justo para el tipo de artesanía que realizan, por lo que encontrar un mercado que aprecie su producto y les trate dignamente es un paso fundamental en su camino. Es innegable que existe un mercado que no valora la artesanía, y posiblemente sea inevitable comercializar con países capitalistas siendo este sistema el dominante en el mundo, el cual incluye a los países con mayor demanda y poder adquisitivo, sin embargo, también es innegable la existencia cada vez mayor de economías solidarias a favor de un sistema económico diferente, por lo que los artesanos de Dzityá tienen en el comercio justo la posibilidad de competir en un entorno capitalista, pero con mercados con prácticas solidarias y justas. De acuerdo a la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, (2017) enviar los productos a mercados lejanos es un problema, pero algunos países de América Latina tienen una tasa de turismo muy alta, aunado a la gran cantidad de redes en América Latina de comercio justo, de economía solidaria y de consumidores preocupados por las buenas prácticas comerciales, por lo que se está trabajando por articular estas redes de Comercio Sur-Sur que ayudarán a fortalecer las culturas originarias de cada país comercializando dentro y entre países de América Latina. Los mercados del Sur representan para los artesanos de madera de Dzityá una oportunidad de vender sus productos con mínimas adecuaciones debido a la similitud de las culturas.

Como resultado de la crisis actual de salud que vive el mundo, las estructuras organizacionales y comerciales de los artesanos de madera de Dzityá se han visto afectadas y esta afectación probablemente se verá potenciada a lo largo del tiempo. Esto en parte debido a sus bajos ingresos, su dependencia del turismo, y al hecho de que la artesanía no es producto de primera necesidad. Por tanto, es necesario que sumado a los esfuerzos de los artesanos de madera de Dzityá y su comunidad, el gobierno, las instituciones educativas y el público en general se interesen en la

actividad artesanal y emprenda esfuerzos en conjunto con los artesanos para ayudar a desarrollarla y potencializar su capacidad de recuperarse de esta crisis.

Los artesanos de madera de Dzityá pueden encontrar en el comercio justo muchos retos y oportunidades de mejora, pero cuando la sabiduría, el compromiso, la competencia, los esquemas económicos cooperativos se suman a un mercado responsable, comprometidos y conscientes los beneficios son evidentes (Coscione, 2019).

A raíz de esta investigación se pudo notar en los artesanos de madera de Dzityá la gran brecha tecnológica y la desigualdad que ellos mismos perciben entre quienes tienen acceso a ella y quienes no. Este aspecto negativo de las TIC se da a nivel mundial, por lo que era de esperarse que fuera parte de la comunidad de Dzityá, sin embargo, a pesar de ya existir esta brecha, a raíz del COVID-19 es que los artesanos de madera pudieron darse cuenta de ella, generándoles un sentimiento de impotencia (Marqués, 2015). Debido a esta brecha, algunos artesanos decidieron no unirse al proyecto de tienda en línea por el miedo a utilizar las TIC ya que sus hijos o familiares jóvenes no quisieron ayudarles, pero reforzó su necesidad de aprender a dominarlas para estar a la par de los artesanos que las dominan. De igual manera los artesanos que ya utilizan las TIC para sus negocios decidieron participar en el proyecto para reforzar conocimientos, tener más canales de comercialización de su artesanía demostrando la necesidad de estar en constante capacitación de estas herramientas.

En Dzityá esta brecha digital se percibe también a nivel generacional debido a la edad avanzada de la mayoría de los artesanos de madera de Dzityá, los cuales encuentran mayor dificultad para incluir a las TIC en su negocio y en su vida diaria, en comparación con los artesanos de madera que se encuentran en los rangos de edad de 30 a 40 años y los hijos de los artesanos jóvenes.

A nivel género no fue posible establecer un diagnóstico completo de la brecha digital ya que las mujeres son un número bastante más pequeño que los artesanos de madera del género masculino, debido posiblemente en parte a la resistencia de los artesanos a incluir mujeres en la producción artesanal. Sin embargo, la totalidad de las artesanas entrevistadas si cuentan con buen nivel de apropiación de las TIC y habilidades de uso, con gran disposición de capacitarse en ellas y con el acceso a la infraestructura, además los parientes jóvenes que apoyan a sus padres en este rubro son en mayoría mujeres, por lo que a nivel género los artesanos de madera cuentan con menor acceso a infraestructura, habilidades y uso de las TIC que las artesanas de madera.

De acuerdo a Echeverría, (2008), para lograr un desarrollo sustentable y superar esta brecha por medio de las TIC, es necesario que todas las personas puedan apropiarse de ellas, por lo que esta investigación con metodología acción participativa les permitió a través de los instrumentos con los que contaban capacitarse en el uso de ciertas formas de TIC generando un espacio de alfabetización igual para todas las edades y géneros de artesanos evitando que la brecha y la pobreza digital aumente, y fomentando su disminución conforme aumente su capacidad de utilizar las TIC. Sin embargo, esto no es suficiente para cerrar la brecha, es importante la participación del Estado en la creación de oportunidades de educación y alfabetización digital para toda la población, ya que es una realidad que esta brecha digital también es resultado de los problemas sociales de la comunidad de Dzityá, uno de ellos es la falta de educación, sin embargo el gobierno debe procurar que la población pueda acceder a este derecho indispensable y crear sistemas que permitan a toda la población acceder a todas las formas de innovación por igual (Arocena y Sutz, 2003).

Aunado a su falta de habilidades para el uso de las TIC y la falta de dispositivos como la computadora que les permiten acceder a herramientas diferentes que en los dispositivos móviles no es posible, se encuentran el que el acceso a un mayor uso de las TIC podría derivar en la necesidad de contar con mayor tiempo y rapidez en los planes de conectividad de internet, lo cual representaría un gasto mayor para los artesanos de madera de Dzityá. Asimismo la inversión de tiempo en el uso de las TIC podría implicar el desvío de tiempo de producción a utilización de estas, o la contratación de personal para este fin. Por tanto, al aumentar la inversión que tendrían que hacer en las TIC tanto monetaria como de tiempo podrían requerir mayor incentivo en las oportunidades que les proporcionan las mismas para continuar su uso o evaluar que necesitan y les conviene más. Debido a esto es importante que los artesanos de madera de Dzityá no solo conozcan de manera superficial el impacto que pueden tener las TIC en sus entornos, sino que profundicen en las implicaciones que este conocimiento tiene como recurso estratégico y productivo, sus implicaciones en la distribución comercial, mercadotecnia, transferencia de la cultura, formas de comunicación etc. para así poder tomar una decisión informada.

Las implicaciones del uso de las TIC en la artesanía de Dzityá, no pueden verse como un sinónimo de avance en el desarrollo sustentable de los artesanos de madera, no sin considerar que para que este desarrollo se logre es necesario que los artesanos de madera de Dzityá conozcan esta tecnología y la adapten a su entorno cultural y social y conozcan las implicaciones de esta adopción en su vida diaria (Echeverría, 2008). Esta investigación proporcionó a los artesanos de madera de Dzityá la posibilidad de conocer los usos que pueden darse a las TIC, y a partir de la pandemia del COVID-19 pudieron percibir a las TIC como una necesidad que no tiene que ser inaccesible de satisfacer. Del conocimiento básico de esta necesidad surge el deseo de una mayor capacitación en su uso, empoderándolos así para exigir a sus gobiernos trabajar en pro de ésta necesidad y proveerles la capacitación demandada, en cuyo caso podría darse una vinculación entre el Estado, los artesanos y las universidades

para proporcionárselas con un enfoque desde las necesidades mismas de los artesanos hacia afuera y así ayudar al desarrollo sustentable de la comunidad de Dzityá (Arozena y Sutz, 2003).

A pesar de que los artesanos de madera de Dzityá tienen conocimientos básicos de las implicaciones de las TIC en su entorno desconocen todo su impacto por su falta de acceso a ellas. Asimismo es de notar que algunos artesanos independientemente de la poca o mucha pericia que tienen con el uso de las TIC ya son conscientes al igual que menciona Marqués, (2015) del posible impacto negativo que estas tienen para la sociedad, la cultura y el ambiente, ya que aunado a la brecha digital que ya sienten en el uso de las tecnologías, manifestaron problemas de exclusión social, uso del pensamiento sustituido por aplicaciones, exceso de basura de partes tecnológicas, mal uso de la información, dependencia de la tecnología y delincuencia.

La inserción de contenido cultural a la página con tienda en línea les permitió palpar el impacto que tiene la cultura en la venta de la artesanía como un componente fundamental e inseparable al atraer tráfico a la página con cada publicación acerca de la comunidad y la artesanía, y poner al cliente en contexto de lo que implica una artesanía y el trabajo que toma realizarla. Pero además les permitió a los artesanos de manera estar en contacto continuo con su cultura y su dinámica social y proporcionarle esta perspectiva a sus hijos que administraban esta página. De lo anterior los artesanos pudieron pasar del uso de las TIC como una herramienta de uso práctico para el mejoramiento de sus ventas, a notar su impacto como un componente cultural en la vida cotidiana de los individuos y la sociedad para la generación de conocimiento (Brady et al., 1999; Pacheco-Méndez, 2017). De esta manera es posible que los artesanos puedan acceder a herramientas que les ayuden a sortear sus problemas sociales como la debilidad en diversos conocimientos económicos, sociales, ambientales y legales, al poder acceder a buscadores de información;

participarán más en su propia capacitación al ser una necesidad sentida por ellos mismos; a interesar a los hijos en el oficio familiar y las implicaciones sociales y culturales que este tiene, posibilitando así la detención de la pérdida del oficio en el recambio intergeneracional; al acceso a más canales de comercialización de sus artesanías etc.

Considerando que cada artesano representa una empresa en Dzityá, son parte de la sociedad y la cultura en la que se encuentran inmersas, vendiendo a un mercado que ha cambiado su estructura debido a la pandemia del COVID-19, que ha incentivado nuevos hábitos y cambios en el comportamientos de compra, demanda de nuevos servicios y productos y la aparición de nuevos formatos comerciales adaptados a las necesidades de confinamiento, los artesanos, al igual que cualquier empresa también deben adaptarse al mercado que sirven, para no entrar en una dinámica de rezago debido a la carencia o acceso a los avances tecnológicos, entre ellos las TIC. Manifestado por algunos de los artesanos y pese a el uso que la mayoría de los artesanos ya hace de aplicaciones como el whats app y del teléfono para comunicarse con sus clientes, hacer pedidos y cotizaciones, enviar fotografías entre otros y que algunos artesanos lo usan para promocionarse en redes sociales, usar traductores o buscar información u oportunidades de capacitación, se percibe que el nivel de apropiación de las TIC para el entorno comercial de los artesanos de Dzityá es bajo, y existen una gran brecha entre la mayoría de los artesanos cuyo expertíz es bajo y la minoría que tiene un uso de las TIC más avanzado, por lo que estas carencias en el dominio de las TIC les han impedido cerrar ventas, acceder a nuevos clientes, y a nuevos canales de comercialización, venta y distribución, proveedores, facturación y promoción por lo que es importante que los artesanos tengan acceso a estas tecnologías de manera que puedan adaptarlas a sus entornos culturales y sociales y a su proceso productivo de forma que puedan proporcionar valor a la oferta, mejorando su competitividad y permitiendo la permanencia del oficio el cual forma parte de la cultura de la comunidad de Dzityá (Jiménez y Martínez, 2006).

En concordancia con Rivoir (2019) quien menciona que la apropiación de las TIC es un ciclo que comienza cuando las personas deciden adoptar la tecnología y utilizarla como apoyo para sus actividades sociales, económicas, políticas o culturales se concluye que de acuerdo a las acciones realizadas en conjunto con los artesanos de madera de Dzityá y los resultados de esta investigación que el proceso de apropiación de las TIC en la artesanía de madera de Dzityá, ha comenzado, si bien cuenta con limitantes de infraestructura propia, es posible que la mayoría de los artesanos puedan trabajar con el equipamiento actual para continuar con el ciclo, en el que se llegaría a punto en el que será necesario tomar la decisión de invertir o exigir al gobierno apoyo para la dotación de infraestructura. Pero para que este llegue a buen término y se logre un desarrollo sustentable para los artesanos de madera de Dzityá y su comunidad, es necesario que los artesanos practiquen constantemente el uso y adapten las TIC a sus entornos sociales, culturales y comerciales de manera que logren cerrar la brecha digital que manifiestan, disminuya su pobreza digital, fomente la competitividad de los artesanos, sean punto de convergencia entre las nuevas y viejas generaciones para disminuir la pérdida del oficio en el recambio intergeneracional, y sea incentivo de formación del propio conocimiento y empoderamiento para demandar capacitación al Estado que promueva el bienestar propio y de la comunidad.

Entre los hallazgos más significativos de esta investigación se encuentra la urgencia de trabajar en el muy disminuido sentido de comunidad de la comunidad de Dzityá, ya que se percibe individualismo arraigado y falta compromiso con el trabajo en equipo, lo cual está afectando su capacidad para desarrollarse sustentablemente. Gasca, (2014) menciona que aunque la emergencia de proyectos colectivos puede ser propiciada por ciertos eventos exógenos y/o coyunturales como en este caso lo fue el COVID 19, los hábitos, las rutinas e incluso los sistemas de normas vigentes dependen de la historia, la cultura y la práctica social preexistente, por tanto, a pesar de esta emergencia en la que los artesanos de madera de Dzityá estuvieron dispuestos a

unirse y trabajar en conjunto, al momento de establecer acciones de trabajo en equipo presentaron resistencia y tendencia al individualismo ya que su predisposición cultural, y eventos históricos han ido estableciendo su actuar actual.

Considerando que el desarrollo sustentable de los artesanos de madera de Dzityá y el mejoramiento de la calidad de vida del artesano constituye uno de los objetivos de la investigación, sería importante cambiar la tendencia señalada por dichos artesanos, que se refiere a la necesidad de revalorización de la artesanía, pero sobre todo del nombre y del oficio del artesano, no solo por la comunidad y por el exterior sino también por ellos mismos quienes muchas veces menosprecian su propio trabajo. Para lograrlo Collin (2009) propone la revalorización del trabajo y del orgullo del ser a través de la economía social y solidaria, constituyendo una propuesta hacia el desarrollo sustentable a través de la sustitución del orgullo del tener por el orgullo del ser, haciendo del trabajo un medio de realización y del producto del trabajo una producción cultural y la medida del éxito. Con esta propuesta los artesanos tendrían la oportunidad de cambiar sus sistemas de pensamiento y comenzar con valorizar ellos mismos la importancia de su trabajo y sus artesanías, transmitiendo esto al exterior y a las generaciones futuras, evitando así la pérdida del oficio en el recambio intergeneracional.

Esta investigación trae a los artesanos de madera de Dzityá oportunidades para forjar una organización en búsqueda del bien común. La identificación de sus limitaciones, fortalezas, oportunidades y amenazas no solo es de mucha utilidad para los artesanos, sus decisiones y planes futuros sino también puede ser de utilidad para cualquier investigador futuro que pretenda trabajar con dichos artesanos. Asimismo, el gobierno puede utilizar la información de esta investigación para conocer la situación actual de los artesanos de madera de Dzityá y trazar políticas públicas o emprender cualquier acción en beneficio de la comunidad de artesanos de Dzityá.

A partir de esta investigación y el conocimiento de las necesidades de capacitación de los artesanos de madera es posible para el Estado trabajar en estrategias de apropiación para que la comunidad de Dzityá tenga acceso a las TIC y el aprendizaje necesario para su dominio, evitando que la sociedad del conocimiento avance de manera desigual tanto regional como por sectores (Sanchez,2005).

La presente investigación es un primer acercamiento al conocimiento de las áreas de comercialización, prácticas de TIC y comercio justo las cuales se encontraban sin explorar en la comunidad de artesanos de madera de Dzityá, por tanto, abre un abanico de oportunidades de investigación es estas áreas que aún quedan inexploradas. Algunas temáticas que pudiese ser importante abordar podría ser el porcentaje de avances realizados en un periodo de prácticas encaminadas al comercio justo, o cambios en la calidad de vida derivados de las transformaciones de comercio justo. A partir de esta investigación y para futuras investigaciones serían interesante realizar una capacitación y formación integral en el uso de las TIC para los artesanos de madera de Dzityá, en la que se pudiera llevar a los artesanos a un mayor expertíz uso y habilidades y en el que se pudiera explicar el impacto que pudiesen llegar a tener en la cultura y sociedad, para posteriormente evaluar el impacto real de su uso con un mayor grado de conocimiento. Esto permitiría un estudio comparativo de las implicaciones que tuvieron las TIC en la vida diaria de los artesanos de madera de Dzityá en un antes y un después de su práctica continua.

Durante la investigación se presentó una limitante importante de máximas dimensiones, la pandemia del COVID-19, la cual trajo como resultado la incapacidad de trabajar presencialmente con la comunidad, lo cual provocó dificultades de comunicación y de participación de la comunidad debido al desconocimiento, falta de práctica o miedo al uso de las tecnologías de la información y comunicación. Estas

limitantes resultaron en una disminución del recurso del tiempo para realizar todas las acciones que se pretendían en la comunidad.

Es de suma importancia enfatizar que los presentes resultados no pretenden generalizaciones de ningún tipo y únicamente aplican para el grupo de artesanos de madera de Dzityá que participaron durante los 2 años en los que se llevó a cabo esta investigación. De igual manera es importante señalar que muchos de las situaciones descritas en esta investigación son problemas ya documentados por investigadores con anterioridad por Barrera Duran, (2017) y Montejo Murillo, (2015) lo que hace referencia a que dichos problemas como son la falta de organización para el bien común, problemas de costeo, falta de prestaciones de ley entre otros, prevalecen en la actualidad en la comunidad de artesanos de madera de Dzityá desde ya tiempo atrás.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La comunidad de artesanos de madera de Dzityá, inmersos en la dinámica comunitaria del lugar en el que habitan, pero también siendo parte del estado de Yucatán, de México y del mundo, presenta síntomas de los procesos de deterioro cultural, social, económico y ambiental que en ellos se dan lugar, siendo estos procesos aún más visibles en comunidades como Dzityá que no encuentran en el sistema capitalista preponderante en el mundo una forma de llegar al desarrollo sustentable.

En Dzityá cada vez se alejan más de la cultura que los vio crecer de generación en generación debido a la competencia con el modelo capitalista que los arrincona debido a que la sociedad actual no está preparada para apreciar la cultura. Pero también es innegable que la atracción de encajar en este modelo depredador es fuerte si viene acompañada de la necesidad de alimentar a sus familias. Por lo tanto, la importancia de esta investigación recae en el contacto continuo con los artesanos de madera de Dzityá, el cual permitió crear confianza con los artesanos, estar permanentemente pendiente y conocer profundamente las necesidades de la comunidad y las afectaciones que impactan su desarrollo sustentable y encontrar el punto medio entre las bondades del sistema capitalista actual y la cultura tradicional de Dzityá, para así estar en posibilidad de conservar su identidad cultural. Por lo tanto, considerar la escasez de los recursos naturales en la capacidad de los artesanos para desarrollarse y como su desarrollo implica el uso de los recursos naturales resulta de gran importancia para mantener el equilibrio de la relación beneficiosa del ambiente y la comunidad de Dzityá (Lander, 2000).

Es importante hacer notar que las acciones emprendidas en conjunto con los artesanos de madera de Dzityá para lograr los objetivos de esta investigación, son tan

solo un esfuerzo por tapar uno de los miles de agujeros del colador por el que se escapan las posibilidades del desarrollo sustentable de la comunidad, pero que sin estos esfuerzos realizados por el Instituto Tecnológico de Mérida durante los años de presencia en esta región para tapar estos orificios talvez pronto terminaría por fugarse todo el potencial y el tiempo que le queda a ésta comunidad de artesanos de madera para lograrlo.

A pesar de las actividades realizadas en conjunto con los artesanos de madera de esta comunidad y el Instituto Tecnológico de Mérida, se pudo notar el debilitamiento del sentido de comunidad, el cual se manifiesta en el predominio del individualismo, en la poca disposición para trabajar en equipo, resistiéndose en cada paso para la realización de cualquier actividad que implique compartir responsabilidades con otros compañeros artesanos y trabajar en conjunto para el bien común. Una de las limitaciones de esta investigación es que mis conocimientos organizacionales y administrativos no fueron suficientes para trabajar en mejorar el sentimiento de comunidad de los artesanos de madera de esta región, ya que, aunque no se encontraba en los objetivos de mi investigación esta falta de sentido de comunidad afectó y afectará cualquier acción que pretenda realizarse con ellos. De acuerdo con Maya (2004) la pérdida del sentido de comunidad como consecuencia de los procesos de urbanización e industrialización está fuertemente relacionado con el fracaso de los procesos de desarrollo y cambio social. No puedo asegurar que éstas razones hayan sido las causas del debilitamiento del sentido de comunidad en esta región sin una investigación a profundidad, pero a lo largo de esta investigación pude corroborar que está afectando enormemente las acciones emprendidas para el desarrollo sustentable de la comunidad. Por lo anterior se concluye que el sentido de comunidad es un ingrediente importante en el camino al desarrollo sustentable de los artesanos de madera de Dzityá.

Los artesanos de madera de Dzityá muestran interés en ser una organización de comercio justo e incluir estos principios en su estrategia de comercialización que les permita mejorar su calidad de vida. Durante esta investigación y en concordancia con el tercer objetivo específico de esta investigación, los artesanos de madera contaron con capacitación acerca de los principios de comercio justo, obtuvieron un panorama de su porcentaje de avance en su camino hacia el comercio justo y las acciones que deben realizar para avanzar en este camino de forma que les ayude a mejorar su estrategia comercial e incrementar su calidad de vida. Debido a la congruencia de los principios del comercio justo con las dimensiones del desarrollo sustentable las acciones implementadas en esta investigación ponen a los artesanos de madera en el camino hacia un desarrollo sustentable. El encauzamiento de los artesanos en este camino hacia el comercio justo contribuye a través de sus principios a la necesidad de organizarse para el bien común y a la fijación de un precio justo ya que solo así es posible obtener los beneficios que el comercio justo promete, logrando así fomentar la cooperación, el trabajo en equipo y disminuyendo la guerra de precios sostenida por los artesanos.

A raíz de la pandemia del COVID 19 los artesanos de madera de Dzityá pudieron percatarse de la necesidad del uso y dominio de las TIC para su desarrollo sustentable, y de la misma forma percibieron los beneficios de su uso y sintieron como la falta del dominio de estas los marginó en el momento en que lo necesitaron. Derivado de esta pandemia acontecida durante el desarrollo de la investigación se percibió una mayor motivación en el uso de las TIC llevando a los artesanos a demandar acciones de capacitación en su uso y dominio. Los artesanos de madera de Dzityá presentan resistencia al contacto con las TIC pero reconocen la necesidad de utilizarlas para llevar la venta de las artesanías y la cultura de Dzityá fuera de ella. De lo anterior y en concordancia con el segundo objetivo de esta investigación se concluye que los artesanos de madera de Dzityá se encuentran en una situación de analfabetismo digital manifestado no solo en la carencia de capacitación en estas sino en el

equipamiento necesario para la práctica e inclusión en sus vidas diarias. Lo anterior derivado de que la innovación en materia de TIC no ha llegado a la comunidad de Dzityá como a otras partes del estado, del país y del mundo, reafirmando la desigualdad que impera en el mundo globalizado actual. Así también se puede concluir que derivado del uso de las TIC como punto de comercialización y de contacto de la población con la cultura, las dinámicas sociales y los artesanos de madera de Dzityá, las TIC representan una poderosa herramienta para la transmisión y permanencia de la cultura de Dzityá. Como limitaciones en este ejercicio de inclusión de los artesanos al uso de las TIC se pudo observar la afectación de la falta de sentido de comunidad derivado de la desconfianza que prevalece entre los artesanos de madera al seleccionar un modelo de comercialización a través de las TIC en el que no se mezclaran sus tiendas y permanecieran los artesanos como entes separados en los que decidieran individualmente la forma de llevar a cabo y cobrar sus ventas, lo cual implicó una dificultad para el cierre de ventas online de sus productos.

A través de esta investigación y las acciones implementadas por los artesanos de madera de Dzityá en conjunto con el Instituto Tecnológico de Mérida se contribuyó con un grano de arena a la valorización de la artesanía como atractivo turístico, generador de empleo y contenedor de riqueza cultural. Asimismo y en cumplimiento del cuarto objetivo específico de esta investigación se dieron pasos en el fomento del uso de las TIC como una herramienta de apoyo a la estrategia comercial de Dzityá respetando y promoviendo la identidad cultural de la comunidad. Durante la implementación de esta herramienta se procuró siempre la revalorización de la cultura y su importancia como parte inseparable de las artesanías de Madera de Dzityá, por lo que la implementación de innovación tecnológica se encontró siempre acompañada del aspecto cultural y social. De igual manera se logró la inclusión de algunos jóvenes en la comercialización de las artesanías de madera de Dzityá y en la promoción de su cultura usando las herramientas con las que están en continuo contacto como son las TIC, mostrándoles como la artesanía puede estar en congruencia con sus aspiraciones de mejora de su

calidad de vida, ayudando así a evitar la pérdida del oficio artesanal en el recambio intergeneracional.

Considerando que la hipótesis era que el uso de las TIC en la construcción de estrategias de comercialización desde la perspectiva del comercio justo puede contribuir a mejorar la organización de los artesanos, la valorización del producto artesanal, la fijación de un precio justo por su producto y a la promoción de la actividad artesanal maderera de Dzityá como una alternativa productiva viable, respetuosa de la identidad cultural de la comunidad y ambientalmente sustentable, queda parcialmente cumplida la hipótesis de esta investigación. Lo anterior se sustenta en que considerando las dificultades en el proceso de implementación debido principalmente al Covid-19 y al debilitamiento del sentido de comunidad de Dzityá, aun así los artesanos de madera de esta comunidad pudieron poner en marcha y mantener la página de venta en línea, la cual les provee la posibilidad de interesar a las generaciones futuras en el oficio artesanal, les permite interactuar con las TIC y percibir sus necesidades de capacitación para demandarla, les permite utilizar otros canales de comercialización, conocer y valorar de mejor manera el producto que elaboran por la cultura que representa, y promocionar la actividad artesanal, construyéndose de esta manera una alternativa sustentable para la comunidad. De igual manera si bien debido a las limitaciones mencionadas no fue posible la conclusión del proceso de acompañamiento de los artesanos de madera de Dzityá en su camino al comercio justo y al desarrollo sustentable, el inicio de este proceso de integración les permitió a los artesanos plantearse la posibilidad de trabajar en equipo, fijar precios justos, y establecer acuerdos mutuos en pro de un objetivo en común.

6.2. Recomendaciones

6.2.1. Instituto Tecnológico de Mérida

Se recomienda al Instituto Tecnológico de Mérida implementar asociaciones de trabajo y redes de conocimiento con enfoques psicológicos y antropológicos comunitarios de manera transdisciplinaria, que permitan analizar, tratar y aminorar las fuentes profundas del debilitamiento del sentido de comunidad de Dzityá en pro del aumento de las actividades comunitarias para el bien común de su comunidad debido a que podría ser que este debilitamiento del sentido de comunidad sea un síntoma y no la causa en sí.

De igual manera a esta institución fomentar la colaboración con otras instituciones académicas donde se cultiven disciplinas de las ciencias sociales y humanas que pueden fortalecer los procesos de desarrollo sustentable con perspectiva local que se busca impulsar en Dzityá. Esto puede hacerse mediante convenios de colaboración que permitan proyectos conjuntos, programas de servicio social y de apoyo comunitario.

Las acciones emprendidas en Dzityá aún requieren de la participación de elementos del Instituto Tecnológico de Mérida para concretarse, por lo que se recomienda además de trabajar en el fortalecimiento del sentido de comunidad formar líderes jóvenes que puedan tomar la batuta de liderazgo puesto que en el caso de los artesanos de madera de Dzityá mayores se observa una renuencia a trabajar con sus compañeros artesanos, no así con las nuevas generaciones que están dispuestos a realizar cambios en la comunidad. Es de destacar que los mismos artesanos están cansados de las actuales formas de organización y los líderes que tienen por diversas razones, al nivel de hacer una resistencia pasiva, por lo que resulta importante fortalecer la formación de líderes en el sector artesanal de madera que permitan la

salida del liderazgo del Instituto Tecnológico de Mérida y la necesidad de su presencia para concretarse las acciones planeadas.

6.2.2. Futuros investigadores

Se recomienda a los futuros investigadores de Dzityá propiciar la capacitación continua de los artesanos de madera en uso y manejo de las TIC sobre todo aprovechando la oportunidad del escenario de pandemia en la que se puede palpar la necesidad de su dominio en la comunidad. La disminución de la brecha tecnológica entre los artesanos de madera de Dzityá y el resto del estado puede ayudarle a combatir algunas debilidades y aminorar amenazas como por ejemplo la disminución de intermediarios y un futuro cierre de comercios por un rebrote de pandemia de Covid-19.

Asimismo se recomienda a los futuros investigadores realizar acciones en pro del aumento del sentido de comunidad de los artesanos de madera de Dzityá el cual se encuentra debilitado a tal grado que las acciones realizadas y propuestas por el propio grupo resultan difíciles de completar puesto que presentan resistencia para trabajar en equipo. Las razones de este sentido de comunidad debilitado resultan difíciles de identificar por lo que recomiendo se realice una investigación a profundidad.

Se recomienda implementar acciones de corto plazo y de acción inmediata en Dzityá, puesto que la amenaza de acercamiento de los fraccionamientos a esta comunidad y la venta de terrenos por parte de los habitantes originarios ha propiciado la llegada de personas foráneas a la comunidad, amenazando el sentido de identidad propia y el sentido de comunidad lo que puede propiciar a corto plazo la transformación de Dzityá en un fraccionamiento o colonia de la ciudad de Mérida.

Se recomienda a futuros investigadores retomar el seguimiento al proceso de avance continuo en el comercio justo, de lo contrario el interés en el movimiento podría perderse por completo debido a que los artesanos de madera de Dzityá presentan resistencia al trabajo en conjunto y organización para el bien común y suelen darle prioridad al día a día.

6.2.3. Artesanos de madera de Dzityá

Como recomendaciones a los artesanos de madera de Dzityá se encuentran concederle la valorización merecida al componente cultural de la artesanía para poder transmitir este valor al cliente debido a que el valor de la artesanía recae principalmente en lo que hay detrás de ella, el artesano que la trabaja a mano, la historia de la comunidad y porque se realizan estas artesanías. La falta de valorización por parte de los artesanos del propio producto y del oficio artesanal causa algunos de los problemas manifestados y de las debilidades detectadas en el FODA, como por ejemplo los precios bajos que provocan el círculo vicioso de disminución de calidad de vida. El transmitir a los clientes el valor de su producto a través de la propia valorización del mismo es un factor importante para lograr un cambio en la cultura misma de la valorización de la artesanía en su comunidad, en el estado, el país y el mundo, ya que los clientes tienen que saber el precio de una artesanía y las razones por las que vale ese precio. Aunado a esto se recomienda enfocar la promoción de la artesanía al factor cultural que se encuentra en las artesanías para que de esta manera además de darles promoción se transmite cultura y se valoriza las artesanías. Esta cultura debe ser transmitida no solo a los clientes sino a las futuras generaciones, para de esta manera los jóvenes se apropien de su cultura y contribuya a disminuir la desaparición del oficio en el recambio intergeneracional. El producto artesanal de un legado de conocimientos, experiencias y técnicas ancestrales son parte de la identidad

de Dzityá, el promoverlo, conservarlo y valorizarlo es parte importante la conservación de la identidad propia de la comunidad de Dzityá.

Dar continuidad a su proceso de desarrollo de una organización de comercio justo les puede ayudar a superar por sí mismos y en sus mismos términos las debilidades que en este momento les impiden acceder a una mejor calidad de vida. Por tanto, recomiendo trabajar en equipo y seguir capacitándose en las áreas que desconozcan para lograr cada meta que se propongan en el camino a ser una organización de comercio justo y desarrollarse sustentablemente. Es importante que continúen el proceso y le den seguimiento constante ya que de lo contrario puede debilitarse y regresar a las mismas condiciones anteriores, perdiéndose los avances y acuerdos logrados. Cada paso que den los artesanos de madera de Dzityá hacia convertirse en una organización de comercio justo, los podría acercar hacia un desarrollo sustentable y brindarles oportunidades para el desarrollo propio, de su organización y de su comunidad.

En cuanto a las TIC se les recomienda integrar las TIC como herramienta facilitadora de medios de comercialización, de promoción cultural y de contacto con sus clientes y continuar capacitándose en su uso y aprovechamiento para poder sortear la brecha digital. De igual manera se recomienda siempre llevar de la mano de las TIC el componente cultural y social, que hace de las TIC una alternativa sustentable para mejorar su estrategia comercial.

6.2.4. A los legisladores y gobierno

Es notable la importancia de la artesanía de madera de Dzityá al igual que todas las artesanías del país por ser un patrimonio cultural para la nación, sin embargo esta

importancia no se ve reflejada en un beneficio para el artesano, sino por el contrario, el oficio artesanal en las condiciones en las que hoy se encuentra, no les permite a la mayoría de los artesanos acceder a una vida digna, no les aporta reconocimiento, y no es bien remunerado, por lo que resulta de vital importancia cambiar estas condiciones para la continuidad de la artesanía de madera de Dzityá en el recambio internacional. A raíz de lo anterior se recomienda al gobierno federal otorgar a la artesanía el lugar que merece a través de la creación de un marco normativo dedicado al sector artesanal, una ley de fomento y promoción de las artesanías encaminados a resolver los problemas de los artesanos y no los síntomas. Se recomienda impulsar el desarrollo de la artesanía de forma integral, no solamente a niveles que provocan clientelismo como lo es ahora la compra de producto artesanal, sino a niveles profundos con propuestas que surjan desde el conocimiento de la situación actual de la artesanía de madera de Dzityá, desde sus necesidades reales, y apoyándose en los investigadores sociales y en los propios artesanos.

Si bien, la baja competitividad y la pérdida del oficio en el recambio intergeneracional son problemas que se pueden ver en toda la artesanía de México, las causas de estos problemas se diferencian de comunidad artesanal a comunidad artesanal, por lo que en un esfuerzo por satisfacer estas necesidades particulares de cada comunidad es necesaria la construcción de políticas públicas locales que fortalezcan la legislación federal consiguiendo una red de trabajo conjunta en búsqueda de este objetivo común.

Bibliografía

- Aguirre, F. (2005). Algunos participantes del comercio justo en México. *Revista Vinculando*.
http://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/actores_mexico_comercio_justo.html
- Alarcón Díaz, I. J. (2018). Análisis de las prácticas desarrolladas por las organizaciones de la red de mercados agroecológicos de bogotá (RMAB), con el fin de confrontar si fomentan los principios del comercio justo como una alternativa de Desarrollo Sostenible (Tesis de maestría) [Universidad de Manizales Bogotá D.C]. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.
<http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/handle/6789/3570>
- Ancona Ricalde, E. M. (2011). Condiciones de trabajo y riesgos para la salud de los artesanos de la madera en Dzityá. *Estudios de Antropología Biológica*, 415–435.
<http://revistas.unam.mx/index.php/eab/article/view/42787/38864>
- Ander-Egg, E. (1990). *Repensando la investigación-acción participativa. Comentarios, críticas y sugerencias*.
[https://www.siis.net/documentos/Digitalizados/22939_Repensando la investigacion.pdf](https://www.siis.net/documentos/Digitalizados/22939_Repensando%20la%20investigacion.pdf)
- Artaraz Miñón, M. (2001). *Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible*. 2.
- Ayuntamiento de Mérida. (n.d.). *Comisarías y Subcomisarías del Municipio de Mérida*. Retrieved March 23, 2020, from
<http://www.merida.gob.mx/comisarias/php/contenido/dzitya.htm>
- Badii, M. H. (2004). Desarrollo sustentable: fundamentos, perspectivas y limitaciones (Sustainable development: fundamentals, prespectives & limitations). *Innovaciones de Negocios*, 1(2), 14.

http://www.web.facpya.uanl.mx/rev_in/Revistas/1.2/A3.pdf

Barkin, D., y Lemus, B. (2011). La Economía Ecológica y Solidaria : Una propuesta frente a nuestra crisis. *Sustentabilidades*, 5(5), 9–11.

Barrera Duran, W. A. (2017). *Avances y Retos de la implementación de una red de conocimiento para la sustentabilidad entre el Instituto Tecnológico de Mérida y los artesanos de madera de Dzityá, Yucatán. (Tesis de Maestría)*. Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Mérida.

Bioplaneta, A. C. (n.d.). *Bioplaneta, A.C.* 2020. Retrieved April 23, 2020, from <https://2263-mx.all.biz/info-about>

Bourdieu, P., y Richardson, P. B. (2018). The forms of capital. *The Sociology of Economic Life, Third Edition*, 78–92. <https://doi.org/10.4324/9780429494338>

Brady, M., Saren, M., & Tzokas, N. (1999). The impact of IT on marketing: An evaluation. In *Management Decision* (Vol. 37, Issue 10, pp. 758–767). <https://doi.org/10.1108/00251749910302854>

Casas, A., Torres, I., Delgado-Lemus, A., Rangel-Landa, S., Ilesley, C., Torres-Guevara, J., Cruz, A., Parra, F., Moreno-Calles, A. I., Camou, A., Castillo, A., Ayala-Orozco, B., Blancas, J. J., Vallejo, M., Solís, L., Bullen, A., Ortíz, T., & Farfán, B. (2017). Ciencia para la sustentabilidad: investigación, educación y procesos participativos. *Revista Mexicana de Biodiversidad*, 88, 113–128. <https://doi.org/10.1016/j.rmb.2017.10.003>

Colmenares E, A. M. (2012a). Comercio Justo Sur-Sur. *Revista Latinoamericana de Educación*, 3, 102–115. <https://doi.org/10.18175/vys3.1.2012.07>

Colmenares E, A. M. (2012b). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Revista Latinoamericana de Educación*, 3, 102–115.

Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).

(2009). Artesanías y medio ambiente. In M. Murueta, C. Lopez, & L. Gonzalez (Eds.), *Artesanías y medio ambiente* (1st ed.).
<http://www.biodiversidad.gob.mx/publicaciones/librosDig/pdf/ArtesaniayMedioAmb.pdf>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. (2013a). Caracterización Canales Comercialización Artesanía Buenas Prácticas. In *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile*.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. (2013b). Caracterización de los canales de comercialización de la artesanía e identificación de buenas prácticas. *Centro de Cultura Digital*, 25, 1–32. <https://centroculturadigital.mx/actividades>

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (2018). Comercio Justo y Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Cuaderno de Comercio Justo*, 7.
<http://comerciojusto.org/publicacion/cuaderno-7-el-comercio-justo-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Cruz, A. (2017). *México artesanal: más allá del boom | Reporte Indigo*.
<https://www.reporteindigo.com/reporte/mexico-artesanal-alla-del-boom/>

Dehays, J., BACA, L., Baca, J. B.-, Bosker, L. y, Judith, undefined, política, L. de la, & 2000, undefined. (n.d.). *Medio ambiente*.

DOF. (2013). Ley general del equilibrio ecológico y protección del medio ambiente. *Diario Oficial de La Federación*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.preghy.2012.01.001>

Durán, H., & Durán, H. (2012). Los desafíos del ambiente y desarrollo sustentable en la globalización. *Provincia*, 27, 77–103.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55526545006>

Echeverría, J. (2008, January). Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 4(10), 171–182. <https://www.redalyc.org/pdf/924/92441011.pdf>

- Espejel, A. P., & Estrada, M. C. (2006). *Metodología crítica de la investigación: lógica, procedimiento y técnicas, guía para abordar en forma metodológica problemas de investigación básica*. <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=SUV.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=007981>
- Flores, M. (2013). The Craft Commercialization, Pieces of Art and Cultural Heritage in Mexico. In *Daena: International Journal of Good Conscience* (Vol. 8, Issue 1).
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). (2010). *Diagnóstico de la Capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/32043/Diagnostico_FONART_3_.pdf
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). (2012). Las artesanías en la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México (ENCCUM). *Inegi*, 8. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/201779/Las_artesani_as_en_la_ENCCUM_con_imagen.pdf
- Francés García, F. J., Alaminos Chica, A., Penalva Verdú, C., & Santacreu Fernández, Ó. A. (2015). *La investigación participativa : métodos y técnicas* (PYDLOS (ed.)).
- Fretel, A. C., Felipe, L., Villegas, A., & Reyes, A. R. (2009). *Comercio Justo Sur-Sur*.
- García, A. (2011). El Comercio Justo : ¿una alternativa de desarrollo local ? *Polis*, 7(1), 105–140. <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/polis/cont/20111/art/art5.pdf>
- García de Ochoa, V. (2016). FONART y la comercialización de artesanías en México. 8. Recuperado de: <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1694/1/FONART%20y%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20artes%C3%ADas%20en%20M>

C3%A9xico_V%C3%ADctor%20Garc%C3%ADa%20de%20Ochoa.pdf Gobierno de Yucatán. (n.d.). *Artesanías*. Retrieved April 3, 2020, from <http://www.yucatan.gob.mx/?p=artesanias>

Gómez Gutiérrez, C. (2016). El Desarrollo Sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación. *Molecular Medicine Reports*, 14(6), 5614–5618. <https://doi.org/10.3892/mmr.2016.5963>

Gudynas, E. (2011). Buen Vivir: Germinando alternativas al desarrollo. *América Latina En Movimiento*, 462.

Gutiérrez Garza, E., & González Gaudiano. (n.d.). El debate sobre el Desarrollo sustentable. In *De las teorías del desarrollo al desarrollo sustentable*.

Hernández Girón, J. D. L. P., León, M. Y., & Domínguez Hernández, M. L. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23(104), 77–99. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(07\)70018-9](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(07)70018-9)

Hernández Girón, J. de la P., Domínguez Hernández, M. L., & Ramos Sánchez, A. O. (2002). Canales de distribución y competitividad en. *Esperal*, IX, 25. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13802505>

I. Corazón Verde. (n.d.). *Principios del comercio justo con equidad para las artesanías de Corazón Verde México*. Retrieved April 13, 2020, from <https://corazon-verde.com.mx/pages/comercio-justo-sello-y-certificacion-participativa>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2014). *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012. (ENCCUM)*. http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/encc/2012/ENCCUM2012.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2016). *Panorama Sociodemográfico de Yucatán 2015*. <http://www.inegi.org.mx>.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2017). *Anuario estadístico y*

geográfico de Yucatán 2017. www.inegi.org.mx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2018). *Cultura*. Sistema de Cuentas Nacionales de México. <https://www.inegi.org.mx/temas/cultura/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). *Anuario estadístico y geográfico de los estados unidos mexicanos 2019*. www.inegi.org.mx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). *Censo de población y vivienda 2020*. www.inegi.org.mx

Jiménez Zarco, A. I., & Martínez Ruiz, M. P. (2006). La influencia de las TIC en la distribución comercial: Implicaciones estratégicas para la gestión promocional minorista. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación.*, 7. <https://www.oei.es/historico/revistactsi/numero7/articulo08.htm>

Johnson, P. W. (2004). *El Comercio Justo en México Sellos de Garantía y Estrategias* (Issue May 2004). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4170.4722>

Leff, E., Argueta, A., Boege, E., & Porto Goncalves, C. W. (2002). La geopolítica de la biodiversidad y el desarrollo sustentable. *Más Allá Del Desarrollo Sostenible: La Construcción de Una Racionalidad Ambiental Para La Sustentabilidad: Una Visión Desde América Latina.*, 479–578.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/reggen/pp12.pdf>

López, P. L. (2004). Población Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 09(08), 69–74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci_arttext

Martínez-Orozco, S., Doyague, A., & López, M. (2000). *Comercio Justo, consumo responsable* (Intermón., Vol. 8).

Martínez Miguélez, M. (2004). Ciencia y arte en la Metodología Cualitativa. In *trillas* (Trillas).

Maya, I. (2004). Sentido de comunidad y potenciación comunitaria, Vol. 22, número 2,

págs. 187-211. Colegio oficial de psicología de Andalucía Occidental y Universidad de Sevilla, ISSN 0213-3334.

Montejo Murillo, S. (2015). *Perspectivas de una red de conocimiento para la producción sustentable de artesanías de madera en Dzityá, Yucatán (Tesis de Maestría)*. Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Mérida.

Morales, F. (2003). Desarrollo Regional Sustentable : Una Reflexión Desde Las Políticas Públicas. *Revista Digital Universitaria*, 4 núm. 6, 12.
http://www.revista.unam.mx/vol.4/num6/art14/oct_art14.pdf

Morales, M. (2017). *Alternativas de gestión comercial para las tiendas que promueven el Comercio Justo en la ciudad de Quito en bases en el uso de las Tics*. 140.

Moreno Pérez, S. (2008). *Desarrollo Regional y Competitividad en México*. (Vol. 39).
<http://ci.nii.ac.jp/naid/110004223681/>

Naredo, J. M. (1996). *Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible*.
<http://habitat.aq.upm.es/select-sost/aa1.html>

Navarro-Hoyos, S. (n.d.). *La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades* (pp. 01–26). Retrieved March 27, 2020, from <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3519.pdf>

OCDE. (2010). Políticas Clave para un Desarrollo Sostenible. *Perspectivas OCDE : México*, 39.

OCDE. (2012). Perspectivas ambientales de la OCDE 2050. *Perspectivas Ambientales De La Ocde Hacia 2050*, 8. <https://www.oecd.org/env/indicators-modelling-outlooks/49884278.pdf>

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (n.d.). *¿Qué es el Desarrollo Sustentable?* <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>

- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2012). *Documento final de la Conferencia: El futuro que queremos*. 01–59.
https://rio20.un.org/sites/rio20.un.org/files/a-conf.216-l-1_spanish.pdf.pdf
- Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible., Web Page 1 (2017).
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2019). *Cumbre sobre la Acción Climática ONU 2019*. <https://www.un.org/es/climatechange/un-climate-summit-2019.shtml>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2020). *Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos*.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1996). *Nuestra diversidad Creativa* (p. 66).
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000105586_spa
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2020). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?*
<https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), (1997). *Artesanía y Diseño*.
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). *La convención de 2005 sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.
https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/2811_16_passport_web_s.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

- (UNESCO). (2020). *Artesanía tradicional - patrimonio inmaterial - Sector de Cultura*. ARTESANIA TRADICIONAL. <https://ich.unesco.org/en/traditional-craftsmanship-00057>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (n.d.). *Patrimonio cultural inmaterial*. <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>
- Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO). (n.d.). *Los 10 Principios de Comercio Justo - WFTO-LAWFTO-LA*. Retrieved March 22, 2020, from <http://www.wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios-comercio-justo/>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pacheco-Méndez, T. (2017). Las ciencias sociales mediadas por las TIC As Ciências Sociais Mediadas pelas TIC Social Sciences Measured By ICT. In *Revista CTS*, nº (Vol. 34). <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/10/9>
- Pacheco Méndez, T. (2017). Las ciencias sociales mediadas por las TIC. *Revista CTS*, 34, 179–195. <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/10/9>
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). (2019). *GEO-6 - Healthy Planet Healthy People*. <https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/275>
- Renard, M. C. (2003). Fair trade: Quality, market and conventions. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 87–96. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00051-7](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00051-7)
- Revista de Cultura y Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la C. y la C. (2009). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. In S. Benítez Aranda (Ed.), *Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural* (Vol. 6,

Issue 6, pp. 3–19). http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf

Riestra, L. (2018). Las Dimensiones del Desarrollo Sostenible como Paradigma para la Construcción de las Políticas Públicas en Venezuela. *Rev. Tekhné*, 21(1), 24–33.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:49wSIKKMrvMJ:revista.senlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/tekhne/article/download/3543/3041+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

Rivera Hernández, C., & Calva García, H. (2015). Análisis comparativo: Colombia, España y México en el uso de las TIC como generadoras de inclusión social. *RIESED. Revista Internacional de Estudios Sobre Sistemas Educativos*, 2(5), 37–56.

Rivoir, A. L. (2019). *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/libro_detalle.php?orden=&id_libro=1797&pageNum_rs_libros=1&totalRows_rs_libros=1375

Rodríguez Gustá, A. L. (2014). Interferencias en la conexión: las TIC en los planes de igualdad de oportunidad y las agendas digitales de América Latina. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 9(25), 11–32.

Sales, F. (2013). Las artesanías en México. In *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública* (Vol. 1). http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/cesop/lxii/art_mex_sitact_re.pdf

Sánchez-Medina, P. S., Corbett, J., & Toledo-López, A. (2011). Environmental innovation and sustainability in small handicraft businesses in Mexico. *Sustainability*, 3(7), 984–1002. <https://doi.org/10.3390/su3070984>

Santiago Jiménez, M. E. (2009). Sustentabilidad a dos tiempos. *Polis (Santiago)*, 8(24). <https://doi.org/10.4067/s0718-65682009000300017>

Sustentable, D. (2000). Martha Pérez García, Gilberto Hernández Cárdenas.

Ciencias, 51, 45. <http://www.ejournal.unam.mx/cns/no51/CNS05110.pdf>

Toledo, V. (2015). *Ecocidio en México*.

Unión Internacional de telecomunicaciones. (2014). *Manual para la medición del uso y el acceso a las TIC por los hogares y las personas*.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). (2017). *El Índice de Desarrollo de las TIC (IDI): marco conceptual y metodología*. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017/methodology.aspx>

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). (n.d.). *Las TIC para un mundo sostenible # ICT4SDG*. Retrieved March 26, 2020, from <https://www.itu.int/en/sustainable-world/Pages/default.aspx>

Vivanco, G., & Gorostiaga, J. (2017). Cultura digital y diversidad: perspectivas de discursos de políticas TIC-Educación. *Cadernos de Pesquisa*, 47(165), 1016–1043. <https://doi.org/10.1590/198053144261>

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*.

Anexos

Anexo 1. Guía de la entrevista semiestructurada

GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA	
SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS
Producto	¿Acciones que realiza para que la artesanía cumpla con lo que el cliente especificó?
	¿Que acciones realiza en materia de innovación de sus productos?
	¿Que acciones realiza para minimizar los impactos ambientales negativos de la producción con respecto al ambiente?
Plaza	Cuénteme acerca de la forma en que hace llegar sus artesanías a diferentes compradores y como le ha ido con ellas
	Cuénteme acerca de las dificultades y aciertos que ha tenido respecto al tiempo de entrega de sus artesanías
Precio	¿Hábleme acerca el proceso que sigue para fijar el precio de una artesanía y sus participantes?
Promoción	¿Qué acciones lleva a cabo para promocionar la venta de artesanías a lo largo del año?
Infraestructura	¿Cuénteme con que tecnologías se encuentra en contacto diariamente?
Nivel de Uso	¿Cual ha sido su experiencia en el uso de las tecnologías en el trabajo?
Habilidades de Uso	¿Cuál ha sido su experiencia en capacitación de uso de tecnología y en que le gustaría capacitarse?

Elaboración propia

Anexo.2 Guía de observación participante

Apartado a analizar	Observaciones	Característica a observar
Comercialización	Se realizará la observación como cliente en bazar y taller y como observador de la compra.	¿Características de los productos que venden? Proceso de Venta. Proceso de negociación. Proceso de entrega del producto. Dinámica clientes, distribuidores y proveedores.

<p>Uso de las TIC</p>	<p>Realización de actividades, visitas y compra en sus talleres y observación de sus actitudes en conversaciones en las que surge el tema de las TIC.</p>	<p>Medios de contacto para comprar una artesanía.</p> <p>Dificultad para una venta debido a la falta de conocimiento de las TIC.</p> <p>¿Están cómodos con el uso de la tecnología?</p> <p>¿Tienen algún prejuicio con el uso de las TIC?</p> <p>¿Aceptan el dominio abiertamente o nó del uso de las TIC?</p> <p>¿Identifican como una necesidad el uso de las TIC?</p> <p>¿Conocen los usos y beneficios de las TIC?</p> <p>¿Utilizan o fomentan la transmisión de conocimiento a través de las TIC?</p>
<p>Parámetros de comercio justo cumplidos</p>	<p>Pláticas informales, compra de productos y actitudes.</p>	<p>¿La organización comprende y se esfuerza por minimizar los impactos ambientales negativos de la producción?</p> <p>¿Apuntan estándares altos en calidad y empaquetado del producto?</p> <p>¿Respetan el patrimonio material de la comunidad?</p> <p>¿La organización tiene mecanismos de contratos claros con los clientes?</p> <p>¿Los artesanos cuentan con una organización formal con actividades asignadas y democrática?</p> <p>¿Practican la igualdad de género?</p>

		<p>¿Respetan la cultura local?</p> <p>¿Practican la democracia en la organización?</p> <p>¿Utilizan técnicas honestas de publicidad y mercadeo?</p> <p>¿Informan a sus clientes como son fabricados sus productos?</p> <p>¿Los precios son establecidos democráticamente en mecanismos establecidos previamente?</p> <p>¿La organización fija precios justos?</p>
Dinámica social		<p>Integración en actividades</p> <p>Interacción social</p> <p>Interacción organizacional</p> <p>Conflictos sociales</p> <p>Líderes comunitarios consumados y futuros.</p> <p>Dinámica de transmisión intergeneracional</p>

Anexo 3. FODA diagnóstico



Elaboración propia