

EL VÍNCULO ENTRE EL EMPRENDEDOR SOCIAL Y LAS PRODUCTORAS ARTESANALES DE MUÑECAS “QUETZAL”

M^a. Concepción Alvarado

Doctora en Economía por la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Economía de la UNAM. Profesora de tiempo completo ordinaria B en el Tecnológico Nacional de México, campus Huauchinango, Puebla (ITSH). Adscrita al programa educativo de Ingeniería en administración. Candidata a Investigadora Nacional, Sistema Nacional de Investigadores (CONACYT). Puebla, México
ORCID: 0000-0002-4193-7452

María de Lourdes Cárcamo

Doctora en Ciencias Sociales y Políticas, tiene aproximadamente 20 artículos arbitrados, 30 congresos nacionales e internacionales. Es profesora e investigadora en el Instituto Tecnológico de Morelia, donde actualmente trabaja Michoacán, México
ORCID: 0000-0003-4671-1644

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



Resumen: Este trabajo muestra cuál es el rol del emprendedor social o mejor llamado el consolidador que vincula la oferta de pequeños productores con la demanda de clientes internacionales, creando mayores ingresos para las productoras de muñecas “Quetzal” que representa mejores oportunidades para ellas, ya que pueden mejorar materiales, texturas, coloridos, formas y tamaños para atender las demandas internacionales. Desde esta perspectiva, el consolidador asume cierta responsabilidad social empresarial al aportar conocimientos que significarán progreso para estas productoras artesanales que por lo general siempre se encuentran marginadas. La metodología está sustentada en el método de casos, analizando seis de ellos, en Tarandacua, Guanajuato, México. La principal conclusión es que el vínculo entre el emprendedor social y las mujeres emprendedoras permiten crear economía social y solidaria, que es un peldaño importante para el enfoque del desarrollo local.

Palabras clave: Emprendedor social, artesanas, exportación, economía social y solidaria.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo de investigación es mostrar cómo el rol del consolidador contribuye al desarrollo empresarial de las artesanas de muñecas “Marías”, cuyo negocio se denomina “Quetzal”. En los últimos tiempos, la globalización ha impuesto que la producción local de muchas artesanías tenga la necesidad de comercializar sus productos, no sólo en mercados locales, sino también en los internacionales, satisfaciendo nuevos mercados que son más exigentes y sumamente potenciales debido a que su apreciación del arte mexicano está en continuo crecimiento, además de que esto significa mayores ingresos para la industria “Quetzal”. Sin embargo, el hablar de “El arte popular” aparece como

una actividad marginal (Mercado, 2002) que no es considerado como un producto rentable para el mercado capitalista, cuando en realidad en este trabajo se demostrará la alta rentabilidad y los alcances en materia de bienestar socioeconómico de este tipo empresas, al promover la exportación de las muñecas “Marías”.

La importancia que tiene el desarrollar emprendimientos culturales hace que la cultura mexicana plasmada en bellas artesanías adquiera una apreciación mayor no sólo por sus productores, sino por los compradores nacionales e internacionales, reafirmando la identidad cultural de México, aspecto que la globalización no considera porque los mercados tienen prioridad en bienes y servicios tecnológicos. La artesanía vale precisamente porque no es producto masificado como si fuera un producto industrial, sino es un producto intensivo en el uso de la mano de obra que le imprime un valor inigualable porque las costumbres, cultura, tradiciones, habilidades y destreza manuales y la idiosincrasia, se concretizan en un bien material de alto valor cultural e identitario. El hecho de que las artesanías dejen de ser un producto industrial, no implica la inexistencia de innovaciones, por el contrario, el aumentar el potencial de estas artesanías contribuye a generar en el largo plazo un interés en movilizar los recursos requeridos en las actividades humanísticas sustentables: diversificar el producto con mejores materiales, durabilidad, mejor presentación y empaque, y, sobre todo, estos productos surgen de las costumbres, tradiciones y cultura, llevados a su modernización conllevan un amplio significado en el que se insertan adecuadamente en el mercado para constituirse en mercancías altamente valoradas por cooperativas y empresas sociales constituidas por mujeres productoras que desarrollan sentimientos

de independencia, logro y autonomía en el círculo familiar.

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

De acuerdo con Mercado, los fenómenos económicos y culturales contemporáneos incrustados dentro de la globalización nos dirigen en primera instancia al debate sobre la espacialidad de las sociedades humanas a comienzos del siglo XXI. La mayoría de la discusión está directa o indirectamente relacionada con problemáticas como el vínculo de lo local y lo global, la presencia de espacios supraterritoriales, como el ciberespacio, o el significado de los gobiernos locales y nacionales ante procesos sin referentes territoriales precisos.

Al interior de estos procesos de transformación juega un papel muy importante el espacio geográfico para el acontecer de la economía contemporánea y se debate cómo se desarrollan las economías artesanales dentro de la globalización. Ésta se define por la alta movilidad de capital productivo y financiero, de naturaleza nacional o internacional donde este tipo de economías artesanales no se ven reflejadas, debido a su baja rentabilidad y que, por ello, tienden a desaparecer con el tiempo. Mas, sin embargo, existen los consolidadores que son actores socioeconómicos que salvan este tipo de economías al tratar de volver rentables el quehacer de miles de artesanos que compiten dentro y fuera de la economía nacional. El “rescate cultural” que llevan a cabo estos consolidadores es una forma de responsabilidad social empresarial, sin que ellos lo perciban así, dado que se entregan a la mejora constante del arte popular para que sea opción de mercado dentro y fuera de las fronteras mexicanas, enfrentándose a las condiciones del capitalismo contemporáneo.

El capitalismo contemporáneo es producto también de la crisis fordista de la década de

los ochenta y del boom tecnológico y de formas de organización económicas flexibles. Dentro del paradigma de flexibilidad, la aglomeración o cercanía geográfica juega un papel crucial que permite abatir los costos de producción y el avance de economías de escala y economías de alcance. Hemos visto en diversas partes del mundo han sobresalido sistemas industriales concentrados en espacios territoriales, compuestos por redes de pequeñas y medianas empresas. Definiéndose como “distritos industriales”, los cuales han sobresalido por su excelente desempeño económico y por su notoria participación en el mercado internacional, que van desde los más conocidos distritos industriales ubicados en países desarrollados como es el caso de Silicon Valley o el de la Industria Cinematográfica de Hollywood, en California, caracterizados por su alta tecnología, hasta los distritos industriales dinámicos conformados por industrias tradicionales de baja tecnología, como es el caso de la Tercera Italia. Pero, también existen en países en desarrollo, distritos industriales, identificados por el uso de tecnología rudimentaria que se encuentran al margen de la política económica oficial y caracterizados por su dimensión local, la cual no ha sido eliminada de la globalización y que han adquirido una importancia medular en la organización y desempeño económico de sistemas productivos flexibles como una unidad de análisis y conceptualización necesaria para comprender los procesos más amplios de la globalización (Mercado, 2002).

De acuerdo con Mercado (2002), el hablar del “Arte popular” como las artesanías nos dirige hacia una actividad económica de los marginados y no como una posible fuente de desarrollo, sino como el resultado de la falta de alternativas en las localidades de atraso. Sin embargo, existe una importante cantidad de localidades en México donde se produce una

admirable variedad de artesanías producto del ingenio, cultura e identidad de los pueblos mexicanos. Ejemplos de ello, son: las artesanías de Tonalá y Tlaquepaque, en Guadalajara; el barro negro de Oaxaca, la diversidad artesanal de Chiapas, Guerrero, Michoacán, Durango, Coahuila, etc., y Guanajuato que no escapa a esta lista, ya que tiene artesanías hechas de varios materiales y técnicas, como lo es el caso de las muñecas “Marías”, cuyas mujeres de Tarandacuao, Guanajuato, México (Figura no. 1) le imprimen su imagen y colorido. La fabricación de muñecas de trapo en México llegó a su apogeo en el siglo XIX. A través de sus colores vivos y tradicionales, la muñeca

de trapo vino a México a representar no sólo el arte de jugar, sino también el de crear con telas y listones la muñeca de trapo, la cual es vestida para dar luz a los trajes típicos de las regiones de nuestro país como Michoacán, Chiapas, Oaxaca, Jalisco, Querétaro, entre otros; la manera en que se hacen estas muñecas depende del estilo de estas mujeres, la pasión, el amor y el valor por crearlas es el mismo, son horas las que pasan antes de que el trapo, la aguja y el hilo como herramientas creen forma y volumen, el relleno de las muñecas es de guata, tela especial para relleno textil, con este material el juguete queda firme y es fácil de limpiar (Gonzáles, 2014).



Figura no. 1.

Fuente: mapas de Google.

Al recurrir a la máquina para crear este ícono artesanal, se conserva el significado real que se ha heredado de generación en generación, pues, aunque el estilo de la muñeca de trapo se ha adaptado a los cambios en vestimenta y peinado para constituirse en una muñeca “más moderna”, como símbolo de la tradición mexicana (Ortega y Cárcamo, 2017). La mayoría de esta producción está basada en el uso intensivo de la mano de obra y con instrumentos de trabajo tradicionales, pero que gozan de un reconocimiento internacional, pero requieren del apoyo de otro tipo de actores como lo es la figura del consolidador que se define como un emprendedor social, ya que traduce ideas, conocimientos, experiencias en negocios con un notable valor social. Este actor es considerado por Mercado (2002) como un nodo que integra la oferta de artesanías de los pequeños productores locales con las demandas de clientes internacionales. La importancia que tiene este actor radica en que permite los vínculos de exportación entre los pequeños productores y los compradores extranjeros. Surge como respuesta a los problemas del transporte. Los pequeños compradores extranjeros, al comprar bajos volúmenes, padecían incrementos altos en los costos de transporte, por ello el consolidador se encarga de reunir a un grupo de pequeños compradores según el destino del envío, en diferentes países y ciudades, y consolida contenedores completos.

Otras funciones que desarrolla el consolidador es ser “Traductor Cultural”, así como interpreta los diferentes idiomas de los clientes internacionales y productores. El consolidador “traduce” estas prácticas y funge como intermediario para conciliar costumbres diferentes entre los artesanos y los compradores nacionales e internacionales. Estas prácticas están vinculadas con cuestiones como: 1) La informalidad de los

contratos, 2) Las formas de negociación, 3) Costumbres en las formas y tiempos de pago, 4) Definición de calidades, 5) La negociación de las características del producto por entregar, entre otras. Por costumbre, los productores locales tienden a retrasar la fecha de entrega de los pedidos, es decir, a quedar mal, mientras que el comprador extranjero espera que estos sean entregados puntualmente. ¿Cómo concilia esto el Consolidador? Es sencillo. Maneja fechas de entrega distintas para el productor y el comprador, de este modo, puede dejar pasar la fecha de entrega convenida, pues tiene una holgura para presionar al productor, que termina entregando la mercancía después de la fecha fijada pero a tiempo para el comprador. Además, el consolidador también otorga la certeza a las partes de que se respetarán tiempos, calidades y pagos, a través de los vínculos de confianza constituidos mediante la integración de carteras de clientes y productores. Sin esta confianza y conocimientos de las particularidades de ambas partes, la relación tendría muchas probabilidades de fallar como vemos en otras localidades artesanales del país. También son promotores, hacen tours para compradores, presentan a estos con productores, e impulsan sus nuevos productos que sacan al mercado. También actúan como filtros de información al comunicar particularidades de los mercados locales extranjeros, y al ser estas tomadas en consideración facilitan la aceptación de los productos en los mercados de exportación.

El valor social que crea el consolidador como emprendedor social es que ayuda mediante la capacitación a los artesanos en términos de costos, estados financieros, nuevas técnicas con materiales libres de contaminación, comparte pérdidas en caso de que el negocio de exportación falle, en una palabra, la solidaridad y la cooperación

para promover la producción artesanal crea un valor hacia la sociedad: el soporte que requieren los productores artesanales para promover sus productos en mercados internacionales, que se traducen en mayores ingresos y reconocimiento del arte mexicano. Acciones innovadoras para hacer más competitivo al producto. De acuerdo con Naidu, Chand y Southgate (2014) la industria de la artesanía tiene una abundante ventaja para la economía local, al incrementar la producción, las ganancias vía exportación de sus artesanías y el empleo. Existen varios estudios de las aportaciones que hace la industria de la artesanía en las economías, tales como los trabajos de Hipp y Grup, 2005; Gupta y Mukherjee, 2006; Girón et al., 2007. Uno de los factores críticos del desempeño de la industria es el alto nivel de innovación. Si comprendemos que la innovación en la industria artesanal se refiere a la habilidad de los emprendedores para brindar la unicidad de los productos dentro del mercado, es decir, cada artesanía es única y es producto de la cultura que representan sus artesanos. Existen ocho rasgos que identifican la innovación en la producción artesanal: 1) valor agregado de los productos, 2) unicidad del diseño, 3) desarrollo de nuevos productos, 4) unicidad cultural, 5) uso de la tecnología avanzada, 6) experiencia propia, 7) habilidad del artesano para adaptarse a las tendencias del mercado, y 8) calidad de las materias primas (Naidu, Chand & Southgate, 2014). La innovación va de la mano del accionar del emprendedor social, porque este actor combina la pasión de la misión social que tiene al apoyar a las productoras de muñecas con la imagen de negocios íntimamente relacionada con la innovación, ya que ésta, es el motivo de la compra de artesanías, cuya base está en los anteriores 8 rasgos.

En este sentido, el emprendedor social crea valor al ayudar a la comercialización de las

muñecas, tanto en el mercado interno como en el externo. El rol del emprendedor social es crítico para el cumplimiento de las misiones sociales (Dees, 2001), incluso mejor que el mismo gobierno local, municipal, estatal o federal. Maneja el concepto de responsabilidad social empresarial al transferir conocimientos sobre cómo mejorar el producto y también al momento de distribuir el mismo en varios mercados. El emprendedor está abierto a operar en medio de la incertidumbre y el riesgo, ya que la ayuda que aporte agrega un importante soporte a comunidades productoras que viven en rezago social, siendo esta la misión del emprendedor social.

METODOLOGÍA

Este estudio es de carácter exploratorio cualitativo, la información fue obtenida a través de 6 entrevistas grabadas realizadas en Tarandacua, Guanajuato, en 2016, en un tiempo promedio de una hora por cada entrevista y también fueron transcritas en papel para seleccionar el material objeto de análisis, el cual fue crítico para la elaboración de este artículo, el cual fue soportado por material teórico de diversas investigaciones en materia de emprendimiento social y lucrativo y el rol de los consolidadores en el área de la artesanía mexicana.

RESULTADOS

El caso de estudio que nos ocupa, es la artesanía que fabrican seis productoras que fueron entrevistadas en julio y agosto de 2016, en Tarandacua, Guanajuato, México y que por tradición se han dedicado familias enteras a producir las famosas muñecas “Marías denominadas Quetzal”. De acuerdo con la tabla 1 usan diversos materiales textiles, botones, ojitos movibles, máquinas de coser, hilos y agujas de distintos tamaños para fabricar las muñecas, es una tradición el hecho de elaborar este tipo de artesanía, la

Entrevistada	Materiales	Producto	Venta
1	Tela de colores, listones, encajes, guata, terciopelo, hilos de diferentes colores	Muñecas de distintos tamaños, con cabello negro y vestidos muy coloridos	Mercado nacional
2	Guata, hilo amarillo, encajes, tela de colores para el vestido, terciopelo negro y rojo.	Muñecas rubias de tamaño grande, con ojos azules, vestimenta con olan de encaje blanco y vestido de colores. Cuerpo bien definido cocido a máquina-	Tiendas como papelerías, boneterías y venta por catálogo.
3	Hilos para tejer el cabello en amarillo, café y negro. Ojos azules, verdes, café y color miel. Guata para rellenar los cuerpos bien definidos. Telas para ropa interior de la muñeca y ropa exterior. Listones para arreglar el peinado.	Muñecas de color claro, beige y negro. Peinados con trenzas amarillas, café y negras. Su vestimenta va desde un vestido típico de Tarandacuao hasta pantalones de mezclilla y blusa.	La venta se hace de casa en casa.
4	Tela para vestido, pantalón y blusa, falda y blusa. Guata para relleno, Telas lisas en color claro, beige, café y negro usadas para hacer la funda del cuerpo entero de la muñeca, terciopelos de varios colores, hilos amarillo claro, café, negro para tejer las cabelleras. Telas de diversas texturas para la ropa de la muñeca.	Muñecas de diferentes tamaños, va desde la más pequeña que mide 10 centímetros hasta la que mide 40 centímetros. Su vestimenta es diversa y representativa de Guanajuato, siguiendo las tendencias de la moda en muñecas. Se usa máquina de coser, broches, botones, encajes, listones e hilos de varios colores.	Pone un estand fuera de su casa y vende sus muñecas. Estas son preferidas por las niñas en la infancia y adolescencia. Esta productora tiene objetivos de exportar sus productos a otros países para que conozcan otro tipo de muñecas hechas en Guanajuato, esto gracias al apoyo que le otorga el consolidador.
5	Hace parejas de Muñecos con sus Muñecas, requiere relleno de guata, telas de diferentes texturas y colores, así como hilos de diversos colores, broches, botones, encajes, listones y terciopelos.	Fabrica siempre parejas de muñeco con muñeca. Generalmente, hace un muñeco con pantalón y saco, si es rubio le fabrica una muñeca morena. Y si es moreno el muñeco, le hace su muñeca rubia. También fabrica muñeco negro con muñeca negra, muñecos rubios ambos o de tez clara.	Sus ventas impulsadas por el consolidador han incluido compradores americanos, jamaquinos, bolivianos, venezolanos. Siempre se dirige a Guanajuato Capital para vender sus productos tanto a compradores nacionales como internacionales. Generalmente asiste cuando es el Festival Internacional Cervantino.
6	Sus materiales con borra y guata para relleno, telas suaves para los cuerpos, hilos de varios colores para el cabello, así como listones de diversos colores, encajes para los vestidos, faldas y blusas, ojitos móviles, boca y nariz de terciopelo. En general telas diversas para las vestimentas. Elige el patrón de la moda infantil y juvenil para vestir a sus muñecas.	Trabaja bajo pedido, así que puede fabricar desde una muñeca hasta 100 muñecas. Toda su familia es fabricante. Tiene su propia tienda para comercializar sus productos. Vende a todo el estado de Guanajuato, estado de México, Jalisco, Guerrero, Michoacán y también a los turistas extranjeros que llegan a las playas y a lugares turísticos del interior de la República. Ya realizó -mediante el apoyo del consolidador- su primera exportación hacia Colombia y Venezuela.	Sus ventas promovidas por el consolidador incluyen compradores nacionales e internacionales, también ha exportado a Colombia y Venezuela. En un futuro no muy lejano tiene planes de exportar a Estados Unidos y Europa, dado que sus muñecas son altamente apreciadas por turistas americanos y europeos.

Tabla 1. Información de seis productoras artesanales en Tarandacuao, Guanajuato (2016).

Fuente: elaboración propia con información de las entrevistas hechas a productoras artesanales, julio y agosto, 2016.

cual data desde el siglo XIX y que hasta el siglo XXI se han usado importantes innovaciones para hacer crecer el mercado. Muchas familias quieren exportar hacia Canadá, Estados Unidos y Europa, aunque otros quieren exportar únicamente hacia América Latina. Su producción es muy versátil en cuanto al tamaño, colorido de la vestimenta, el cabello, las facciones. Los materiales en general son lavables y de muy buena calidad. Hay mucho esmero por fabricar este tipo de artesanía que representa a la infancia y a la juventud de Guanajuato. Las mujeres entrevistadas comentaron que se venden muy bien en el mercado nacional, aunque frecuentemente se enfrentan al “regateo”, aspecto que no debería ser, ya que es un producto artesanal cien por ciento hecho a mano, y cuyo valor no se ve reflejado en el precio que se solicita por las muñecas. Por eso la idea de exportar es muy buena, ya que ganarían en dólares y euros y sus productos no se verían afectados por reducciones de precio, sino por el contrario, gracias a la innovación resulta un producto artesanal altamente valorado en el extranjero.

De hecho, hay dos productoras que ya exportan gracias al apoyo que el consolidador les ha otorgado y que ven muy promisorio el mercado internacional. Definitivamente, estas productoras tienen que especializarse en lo que mejor saben hacer, que son sus muñecas “Marías” y enfocarlas a que aprendan como exportar, llenar documentos de exportación, entre otros documentos, sería desviarlas de esa especialización y es aquí donde se hace presente el consolidador o emprendedor social al ofrecer sus servicios de promover sus exportaciones y aprovechar las ventajas que trae consigo la globalización. El principal trabajo que tienen estas artesanas es cumplir con calidad, innovación y tiempo de entrega para que sus lotes de artesanías puedan ser promovidas en el mercado internacional que

valora estas mercancías con precios elevados, pero no sólo es esto, sino la admiración de la belleza y el significado de la cultura mexicana plasmada en una hermosa artesanía, que representa la cultura indígena de muchos pueblos como el de Tarandacua, ubicado en Guanajuato. Estas artesanías rompen con el tradicional esquema de una muñeca común y corriente, ya que representan la cultura de un pueblo rico en costumbres (Ríos et al., 2012).

La necesidad y el gusto por adquirir estas muñecas cada vez es mayor, debido a que los compradores, tienen un nivel de apreciación por las artes, ya que valoran el esfuerzo, el proceso, el trabajo y el producto terminado, además de ser una artesanía, saben que no habrá otra igual en su tipo y por eso, quieren pagar una cantidad considerable, debido al trabajo y esmero con el que se fabrican estas artesanías (Forbes Staff, 2014). Además, el consolidador brinda su ayuda a las mujeres productoras de muñecas “Marías” con: 1) la selección de proveedores, 2) el llenado de la documentación para la exportación, 3) el diseño de la mercadotecnia, 4) la fijación de precios de venta, 5) la consolidación de negocios, entre otras funciones más. Estas funciones permiten definir al consolidador como un emprendedor social, ya que contribuye a crear valor social al transferir conocimientos sobre la producción, las especificaciones técnicas para la venta de las muñecas, la búsqueda de clientes a nivel internacional, obteniendo mejores ingresos que si se comercializarán sólo en el interior de la economía de Guanajuato y de México en general, también la búsqueda de un catálogo de proveedores, que les ofrezca calidad en sus productos intermedios, diseño de las estrategias de mercadotecnia que ayudan a posicionar a las muñecas con su respectivo precio, plaza, un producto original e innovador y la promoción requerida en los mercados nacionales e internacionales, así

como promover entre las artesanas el proceso de costeo, ya que de éste depende el precio y la rentabilidad de las muñecas. Las muñecas de trapo, constituyen una buena oportunidad de negocio, ya que según Pro México, es un mercado de aproximadamente 20.000 Dólares en promedio por día, principalmente en países desarrollados, tales como Canadá, Italia, Alemania, Australia, Francia, Estados Unidos, entre otros (Mair, 2004). También en países como España, Brasil, Colombia, entre otros, ya que, en estos países, su nivel de apreciación por estos productos es superior debido a que la novedad siempre les atrae (Soberanes, 2010). Hace algunos meses, tuvimos la oportunidad de viajar a Tarandacua, Guanajuato, que es una localidad pequeña cercana al Sur de Guanajuato (Figura 1), una parte considerable de los habitantes de este sitio, se dedican a la fabricación de artesanías. Además de eso, complementan sus ingresos familiares con su desempeño en puestos como vendedores, transportistas, etc. Sus condiciones de trabajo en estos puestos son denigrantes y residen con toda la familia en una vivienda con un alto grado de hacinamiento, con graves carencias de servicios públicos básicos. Un caso sobresaliente de marginación social, es la situación de precariedad de Doña Ángela, “Ángela” o “Gela” como le gusta que le digan, tiene 64 años, ella es de Amealco, Querétaro y nos relata:

...Nos cuenta que tiene que caminar cerca de dos horas al día para vender sus artículos al centro de su ciudad, allí malbaratando los precios. Y en ocasiones “no saca lo del día” o simplemente no tiene con que regresarse, dice ella con tono de tristeza. Para eso, debe de bajar aún más los precios de sus artesanías con el fin de obtener 45 pesos para su transporte público, ocasionando en repetidas ocasiones, el malbarato de sus productos”.

En este caso, en el que una artesana trabaja de forma aislada sin buscar la ayuda de otros

artesanos o del consolidador, la producción artesanal es muy escasa y poco valorada en el mercado local. Lo más conveniente es que se una con otros artesanos que ya reciben ayuda y transferencia de conocimientos del consolidador para mejorar su producción y canales de distribución. Aspectos que más tarde mejorarán sus condiciones de vida al valorar crecientemente las artesanías que elabora con mejores técnicas de producción exigidas por otros mercados como los extranjeros.

Por su parte, el consolidador trabaja por lo general cobrando un porcentaje fijo del valor del embarque al extranjero y le da seguimiento tanto en la aduana nacional como en la extranjera, hasta que llega la artesanía a su destino, su finalidad es integrar la oferta de las artesanas con los clientes internacionales, que una vez que el consolidador se gana la confianza de estos compradores, incluso recibe los cheques en blanco para que escriba la cantidad a cobrar. En resumen, el consolidar como emprendedor social contribuye a empoderar a las mujeres artesanas, permitiéndoles mejorar sus condiciones como exportadoras y, por supuesto, mejora sus condiciones de vida, dado que reciben más ingresos por exportación de muñecas “Marías” a otros países que valoran considerablemente el arte mexicano (Ortega y Cárcamo, 2017).

CONCLUSIONES

La importancia y necesidad de un consolidador en el mundo de la artesanía mexicana es relevante debido a que este sector ha sido olvidado por el mercado capitalista que no lo ve como una oportunidad de negocio, sino como una actividad marginada realizada por este sector de la población. Por el contrario, el crear una economía social y solidaria ha permitido rescatar las tradiciones, costumbre y cultura de pueblos indígenas

que viven al margen del progreso, pero cuando reciben la ayuda del emprendedor social, pueden potencialmente empoderarse gracias a la transferencia de conocimientos: 1) la selección de proveedores, 2) el llenado de la documentación para la exportación, 3) el diseño mercadológico, 4) la fijación de precios de venta, 5) la consolidación de negocios, 6) métodos de costeo, 7) estilos de producción y materiales para mejorar la

producción artesanal, y 8) mayores ingresos al exportar sus productos dando a conocer la cultura mexicana en los países Europeos y en Estados Unidos y Canadá, donde la cultura mexicana tiene un significado especial al tratar de desarrollar modelos de desarrollo independientes a los propuestos por el Fondo Monetario Internacional y que representan un rescate cultural invaluable para México y el despliegue del desarrollo local.

REFERENCIAS

Dees, G.J. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Reformatted and revised: May 30, 2001.

Forbes Staff (2014). México y sus Artesanías por el mundo. México: Forbes.

Girón, J.P.H., Hernández, M.D.L., and Castañeda, J.C.J. (2007). Strategy and factors for success: the Mexican handicraft sector, *Performance Improvement*, 46 (8), 16-26.

González, M.L. (2014). Muñecas Otomies se Adaptan al Mercado. México: Universal.

Gupta, R. and Mukherjee, I. (2006). Scope of Cottage and small scale industry in West Bengal in early 2000, SSRN Working paper Series, California.

Hipp, Ch. and Grupp, H. (2005). Innovation in the service sector: The demand for service-specific innovation measurement concepts and typologies, *Research Policy*, 34 (4), 517-535.

Mair, J. (2004). Social Entrepreneurship Research: A source of Explication, Prediction and deligth. España: Universidad de Navarra

Mercado, C. A. (2002). Regiones y pequeñas empresas en la globalización. Caso Tlaquepaque y Tonalá. En Gambrill, M. (coordinadora). *La globalización y sus manifestaciones en América del Norte*. México: CISAN y UNAM.

Naidu, S., Chand, A., Southgate, P. (2014). Determinants of innovation in the handicraft industry of Fiji and Tonga: an empirical analysis from a tourism perspective. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the global Economy*, 8 (4): 318-330.

Ortega, V.M.A y Cárcamo, S.M.L. (2017). Fomento a la Exportación de Muñecas "Quetzal". *Jóvenes en la Ciencia, Revista de Divulgación, Universidad de Guanajuato*, 3 (2). Veranos de Investigación Científica, pp. 1-5.

Ríos, H., Valderrama, S., Neme, O. (2012). Determinación de las exportaciones manufactureras de México a Estados Unidos. México. *Investigación Económica*, México: UNAM.

Soberanes, J. (2010) *Igualdad, Discriminación y Tolerancia en México*. (2010) México: Universidad Nacional Autónoma de México. Vidal, G.L (2016). "Marias", *Las muñecas de Trapo*. México: Casa Mejiú.