

Economía Social y Solidaria y Comercio Justo en México: experiencias, desafíos y oportunidades

Serie

Investigación y desarrollo para
las regiones de Oaxaca – México



Coordinadores Académicos:

Dr. Enrique Cruz Domínguez
Dra. Brenda Dennís Valadez Solana
Dra. Ana Luz Ramos-Soto
Dr. Jovany Sepúlveda Aguirre

Economía Social y Solidaria y Comercio Justo en México: experiencias, desafíos y oportunidades

Serie

Investigación y desarrollo para
las regiones de Oaxaca – México

Coordinadores Académicos

Dr. Enrique Cruz Domínguez

Dra. Brenda Dennís Valadez Solana

Dra. Ana Luz Ramos-Soto

Dr. Jovany Sepúlveda Aguirre



RED INTERNACIONAL
DE INVESTIGACIÓN EN
EMPENDIMIENTO
SOCIAL E INNOVACIÓN



ANFECA
ASOCIACIÓN NACIONAL DE FACULTADES Y
ESCUELAS DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



Este libro es resultado de investigación para establecer un corpus teórico y empírico en el desarrollo de la temática asociada a la Economía Social y Solidaria (ESS) y Comercio Justo (CJ) para México. En el libro se encuentran los aportes de investigadores de diferentes instituciones de educación superior de México y Colombia, con el propósito de producir conocimiento aplicable para el desarrollo de las regiones de Oaxaca, México.

Economía Social y Solidaria y Comercio Justo en México: experiencias, desafíos y oportunidades. Cruz Domínguez, Enrique, Valadez Solana, Brenda Dennís; Ramos-Soto, Ana Luz; Sepúlveda Aguirre, Jovany (Coord. Académicos). Medellín: Knowledge & Sciences / Sello Editorial Corporación Universitaria Americana.

303 Páginas 16 x 23. Incluye bibliografía

ISBN: 978-958-53886-7-3

DOI: 10.5281/zenodo.14042781

1. Oaxaca, México - 2. Economía Social y Solidaria - 3. Comercio Justo - 4. Investigación -5. Desarrollo

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

CDD 307.4 ed. 23

© Enrique Cruz Domínguez

© Brenda Dennís Valadez Solana

© Ana Luz Ramos-Soto

© Jovany Sepúlveda Aguirre

Economía Social y Solidaria y Comercio Justo en México: experiencias, desafíos y oportunidades.

Serie Investigación y desarrollo para las regiones de Oaxaca – México

ISBN: 978-958-53886-7-3

Knowledge & Sciences / Sello Editorial Corporación Universitaria Americana.

Editores

Dr. Jovany Sepúlveda-Aguirre

Dra. Ana Luz Ramos-Soto

Carátula

Laura Irene Gaytán Bohórquez

Diagramación

Eduardo Andrés Murillo P.

1ª Edición: noviembre de 2024

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier proceso reprográfico o fónico, especialmente por fotocopia, microfilme, offset o mimeógrafo.

Ley 23 de 1982 (República de Colombia).

Este libro es producto de investigación desarrollada por sus autores. Fue arbitrado bajo el sistema doble ciego (double blind) por expertos en el campo de conocimiento, bajo la supervisión del Sello Editorial de la Corporación Universitaria Americana.

Pares evaluadores

Dr. Elkin Olaguer Pérez Sánchez

Doctor en Administración. Profesor asociado, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Medellín, Antioquia, Colombia. Investigador clasificado como Asociado en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia.

Dr. Yesid Oswaldo González Marín

Doctor en Administración. Magister en Gestión de organizaciones. Docente investigador Clasificado en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia. Docente Investigador Corporación Universitaria Americana.

Contenido

Prólogo [8]

Presentación [11]

Bibliometría del conocimiento: tendencias de Investigación en
Economía Social y Solidaria [14]

Ada Alejandra Gómez-Guzmán, Evangelina Jasso-Romero,
Imelda Rosana Cih-Dzul

El potencial de la Economía Social y Solidaria ante la economía
informal y la baja productividad en Oaxaca [34]

Othón C. Ríos y Vázquez, Maricela Castillo Leal, Maricela
Ríos Castillo

Una mirada a la actividad artesanal de los pueblos indígenas a
través de la Economía Social y Solidaria en una comunidad del
Istmo, Oaxaca [56]

Vicelia Girón-Laces, Jorge Antonio S. Acevedo-Martínez,
Ana Luz Ramos-Soto, Felisa Martha Ramos López

Capital social en apicultores de Oaxaca, México. Un estudio desde
un enfoque de Economía Social y Solidaria [79]

Brenda Dennis Valadez Solana, Itzel Yolotzi Venegas Ríos,
Blasa Celerina Cruz Cabrera, Laura Irene Gaytán Bohórquez

El papel de las relaciones solidarias en un grupo de pequeños
productores y artesanos de Oaxaca durante la pandemia por
COVID-19 [102]

Magdalena Espina García, María Eufemia Pérez Flores,
Graciela Eugenia González Pérez

Perfiles de consumidores de alimentos orgánicos de mercados locales alternativos [118]

Sandra Nelly Leyva-Hernández, Arcelia Toledo-López

Prácticas de innovación social en asociaciones de artesanos alfareros en Oaxaca, México [137]

Enrique Cruz Domínguez, Brenda Dennís Valadez Solana,
Juan Regino Maldonado, Ana Mi Gómez Ramos, Jovany
Sepúlveda Aguirre

Aplicación del método SAW para medir la Economía Social de la región noroeste de México [162]

Claudia Lizbeth Tirado-Gálvez, Martín Isimayrt Huesca-
Gastélum, Héctor Melesio Cuén Díaz

El complejo camino de ser una empresa social [179]

Mariana Zerón Félix, Cristian Alejandro Rubalcava de León,
Mariana Vázquez Loya, Tatiana Alfaro Piña

Emprendimiento basado en datos: la inteligencia artificial como catalizador de la formación emprendedora social [202]

Citlalli Rocío Flores Rodríguez, Alejandro Campos Sánchez,
Sergio Roberto Dávalos García

Cooperación solidaria para un comercio justo en el sector artesanal en México [222]

Patricia S. Sánchez-Medina

Denominación de Origen Mezcal: ¿Comercio justo o robo legal de la riqueza campesina? [241]

Horacio Alonso Vásquez, Raúl Enríquez Valencia, Felipe de
Jesús Palma Cruz

El Entorno Asociativo y su contribución a la Economía Social y Solidaria. Caso Santiago Matatlán [267]

Armando Luna Fuentes, Cynthia Cruz Carrasco, Marcos
Pedro del Carmen Ramírez López, Denise Eugenia Chagoya
Jacinto

Comercio justo en la Región Noroeste de México: un análisis con el método SAW [288]

Martín Isimayrt Huesca-Gastélum

Prólogo

A lo largo de la historia, la economía ha sido una herramienta fundamental para la organización de la sociedad, la distribución de recursos y la construcción de bienestar colectivo. Sin embargo, la evolución de los sistemas económicos ha generado dinámicas que, a menudo, acentúan las desigualdades sociales y excluyen a sectores significativos de la población. Es en este contexto que emerge la Economía Social y Solidaria (ESS) como una alternativa que, lejos de regirse por el lucro y la competencia desmedida, propone una economía fundamentada en la cooperación, la equidad, la justicia y la sostenibilidad. Desde sus primeras manifestaciones en las sociedades premodernas, hasta convertirse en un movimiento global contemporáneo, la ESS ha buscado redefinir el papel de la economía para situar al ser humano, y no solo al capital, en el centro de sus preocupaciones.

En México, la ESS tiene raíces profundas que se remontan a las formas comunitarias de organización que han existido en los pueblos indígenas desde tiempos ancestrales. Un sistema como el tequio es un ejemplo de práctica colectiva de trabajo en beneficio común que subsiste hasta nuestros días. A medida que México transitó por diversos modelos de desarrollo, las cooperativas, los ejidos y otras formas de organización solidaria comenzaron a consolidarse como expresiones formales de la ESS, especialmente a lo largo del siglo XX, en un país donde la desigualdad, la pobreza rural y la exclusión social eran problemas apremiantes.

En la actualidad, la ESS y el Comercio Justo en México representan una alternativa tangible frente a las dinámicas del capitalismo globalizado que privilegian el lucro sobre el bienestar común. En medio de una economía marcada por altos niveles de informalidad y desigualdad, las cooperativas, las asociaciones de productores, las empresas sociales y los mercados alternativos han demostrado ser instrumentos eficaces para combatir la pobreza, generar empleos dignos, proteger el medio ambiente y promover el desarrollo comunitario.

En este contexto, el comercio justo se ha convertido en un pilar fundamental para la ESS, al buscar equilibrar las relaciones comerciales entre pequeños productores, especialmente en sectores como el artesanal, el agrícola

y el manufacturero, con consumidores conscientes que valoran productos que respetan criterios de equidad, justicia y sostenibilidad. En México, el comercio justo ha encontrado un terreno fértil para desarrollarse, particularmente en regiones como Oaxaca, donde el potencial cultural, artesanal y agrícola es vasto, pero históricamente ha enfrentado condiciones de marginación económica.

Los capítulos que conforman este libro se adentran en las experiencias de la ESS en diferentes regiones del país, con especial énfasis en el estado de Oaxaca y la región noroeste, explorando casos concretos de éxito y los retos que enfrentan las iniciativas de comercio justo y la economía solidaria. A través de estudios sobre el capital social de los apicultores, la actividad artesanal en comunidades indígenas, la resiliencia durante la pandemia de COVID-19 y los perfiles de los consumidores de alimentos orgánicos en mercados locales, se construye un panorama integral de las oportunidades que ofrece la ESS para transformar las economías locales y construir un futuro más justo.

Sin embargo, no todo son avances. En la actualidad, la ESS enfrenta importantes desafíos, tanto estructurales como culturales. La falta de políticas públicas sólidas que apoyen su desarrollo, las dificultades en el acceso a financiamiento, la persistencia de dinámicas económicas excluyentes y la debilidad institucional en algunos territorios, son barreras que impiden la expansión y consolidación de estas iniciativas. Asimismo, fenómenos como la globalización, la desigual distribución de la riqueza y la crisis ambiental y social que enfrenta el mundo hoy, hacen cada vez más evidente la necesidad de transformar nuestros modelos económicos.

A nivel prospectivo, la ESS y el comercio justo se perfilan como herramientas indispensables para construir un futuro más equitativo y sostenible. En un mundo donde la inteligencia artificial, la digitalización y las nuevas tecnologías están reconfigurando las formas de producción y consumo, el reto de la ESS será integrarse a estas nuevas realidades sin perder su esencia humana y solidaria. En este sentido, el futuro de la ESS pasa por adoptar prácticas de innovación social, por fortalecer las redes de cooperación tanto a nivel local como internacional, y por seguir ampliando el marco conceptual que da vida a esta forma de economía, adaptándolo a los desafíos del siglo XXI.

De cara al futuro, es crucial que la ESS en México no solo siga creciendo en número, sino que también logre profundizar en su impacto. La consolidación de un tejido económico basado en la justicia social, la sostenibilidad ambiental y la cooperación entre actores requiere de un compromiso constante por parte de la sociedad civil, el sector privado y, sobre todo, el Estado. La articulación de estos esfuerzos es indispensable para que la ESS continúe siendo una respuesta viable y transformadora ante los grandes desafíos que enfrenta nuestro país y el mundo entero.

Este libro, "Economía Social y Solidaria y Comercio Justo en México: Experiencias, Desafíos y Oportunidades", el cual hace parte de la Serie Investigación y Desarrollo para la Regiones de Oaxaca, México, invita al lector a sumergirse en una reflexión colectiva sobre el presente y el futuro de la ESS en México, mostrando que, a través del trabajo colaborativo y la solidaridad, es posible construir un modelo económico más inclusivo y justo. Las experiencias e investigaciones aquí compiladas son testimonio del potencial transformador que la ESS puede tener en nuestras sociedades, y del poder que las relaciones humanas tienen para cambiar la estructura económica desde la base, en favor de un futuro más equitativo para todos..

Dr. Jovany Sepúlveda-Aguirre

Investigador Senior Minciencias
Integrante Cuerpo Académico de Emprendedores

Presentación

El libro “Economía Social y Solidaria y Comercio Justo en México: Experiencias, Desafíos y Oportunidades” ofrece un análisis profundo y multidimensional de las iniciativas económicas que promueven valores de cooperación, solidaridad y justicia en el contexto mexicano, con énfasis particular en Oaxaca y la región noroeste del país. A lo largo de sus catorce capítulos, el texto invita a reflexionar sobre el papel de la Economía Social y Solidaria (ESS) como alternativa ante los desafíos de la informalidad, la baja productividad y las prácticas comerciales injustas que persisten en varias regiones. Desde la bibliometría del conocimiento hasta la innovación social y el comercio justo, este libro ofrece un recorrido por experiencias concretas que enriquecen el debate sobre el desarrollo sustentable y equitativo en México.

El primer capítulo, *Bibliometría del conocimiento: tendencias de investigación en Economía Social y Solidaria*, introduce al lector a un análisis de las tendencias globales de investigación en ESS. Este capítulo sitúa a México en el contexto internacional, destacando la relevancia del conocimiento generado en torno a este campo y señalando áreas emergentes de estudio que abren nuevas oportunidades para el desarrollo de la ESS.

En una sección dedicada a Oaxaca, aporta una mirada integral sobre las experiencias locales de ESS. El capítulo *El potencial de la Economía Social y Solidaria ante la economía informal y la baja productividad en Oaxaca* explora cómo la ESS puede ser una respuesta a los problemas estructurales de la informalidad y baja productividad en la región, resaltando el poder transformador que estas iniciativas pueden tener en una economía vulnerable. En esta misma línea, el capítulo *Una mirada a la actividad artesanal de los pueblos indígenas a través de la Economía Social y Solidaria en una comunidad del Istmo*, Oaxaca destaca la importancia de las prácticas solidarias en la preservación de las tradiciones artesanales indígenas, y el rol de la ESS en promover una economía justa para estos sectores.

El texto Capital social en apicultores de Oaxaca, México. Un estudio desde un enfoque de Economía Social y Solidaria analiza el papel del capital social en la mejora de las condiciones de los apicultores oaxaqueños, demostrando cómo la cooperación y las redes solidarias fortalecen el desarrollo local.

El capítulo *El papel de las relaciones solidarias en un grupo de pequeños productores y artesanos de Oaxaca durante la pandemia por COVID-19* profundiza en los retos que enfrentaron los productores y artesanos durante la crisis sanitaria, revelando cómo las relaciones de solidaridad les permitieron resistir y adaptarse a un entorno adverso.

La obra también aborda el comportamiento del consumidor en el marco de la ESS. En este sentido, el capítulo *Perfiles de consumidores de alimentos orgánicos de mercados locales alternativos* presenta un análisis detallado de los consumidores que eligen mercados alternativos, destacando la creciente demanda por productos que respetan principios de justicia social y sostenibilidad ambiental.

Los capítulos sobre innovación social y metodologías de medición refuerzan la importancia de la ESS en la transformación de las dinámicas económicas. Es así que en el capítulo *Prácticas de innovación social en asociaciones de artesanos alfareros en Oaxaca*, México explora cómo los alfareros han desarrollado innovaciones sociales para enfrentar los desafíos del mercado, mientras que *Aplicación del método SAW para medir la Economía Social de la región noroeste de México* ofrece una herramienta para cuantificar el impacto de la ESS en esta región, brindando un enfoque práctico para su evaluación.

Por otro lado, el libro no elude los desafíos y complejidades de implementar la ESS, por ello, en el texto *El complejo camino de ser una empresa social* aborda las dificultades que enfrentan los emprendedores sociales para consolidar sus proyectos en un entorno económico que a menudo no está diseñado para promover la solidaridad y la equidad. Sin embargo, *Emprendimiento basado en datos: La inteligencia artificial como catalizador de la formación emprendedora social* presenta un enfoque moderno, sugiriendo que la inteligencia artificial puede ser un potente aliado en la formación de emprendedores sociales, impulsando la eficiencia y el impacto de sus iniciativas.

El tema del comercio justo es central en esta obra, por tanto, en el capítulo *Cooperación solidaria para un comercio justo en el sector artesanal en México* analiza las iniciativas de cooperación en el sector artesanal para promover un comercio más justo y equitativo. Sin embargo, en el capítulo *Denominación de Origen Mezcal: ¿Comercio justo o robo legal de la riqueza*

campesina?, se plantea una crítica aguda sobre los riesgos de las denominaciones de origen, sugiriendo que, en algunos casos, estos esquemas pueden despojar a los campesinos de los beneficios económicos derivados de sus tradiciones ancestrales.

Finalmente, en los capítulos *El Entorno Asociativo y su contribución a la Economía Social y Solidaria. Caso Santiago Matatlán y Comercio justo en la Región Noroeste de México: un análisis con el método SAW* cierran el libro con estudios de casos específicos que ilustran cómo las asociaciones y el comercio justo están contribuyendo de manera tangible al fortalecimiento de la ESS en distintas regiones de México.

En su conjunto, este libro no solo ofrece un panorama detallado de las experiencias y desafíos que enfrenta la ESS en México, sino que también propone oportunidades y estrategias para su fortalecimiento. Con un enfoque basado en la justicia, la solidaridad y la cooperación, esta obra se erige como un referente clave para académicos, formuladores de políticas y actores sociales comprometidos con el desarrollo sostenible y equitativo del país.

Dr. Jovany Sepúlveda-Aguirre

Investigador Senior Minciencias

Integrante Cuerpo Académico de Emprendedores

Bibliometría del conocimiento: tendencias de investigación en Economía Social y Solidaria

Ada Alejandra Gómez-Guzmán¹, Evangelina Jasso-Romero², Imelda Rosana Cih-Dzul³

Resumen

Uno de los grandes cambios presentados en la producción científica es el incremento de publicaciones en áreas más allá de las ciencias formales, donde los autores contribuyen a la difusión de hallazgos mediante artículos, capítulos de libros, documentos académicos y otros medios que permiten llegar a más interesados en el menor tiempo posible. El propósito de esta investigación es realizar un análisis de las publicaciones sobre Economía Social y Solidaria (ESS), por medio de un análisis bibliométrico a través de la revisión en tres bases de datos multidisciplinarias de reconocido prestigio. La metodología utilizada responde a las características de una investigación teórico documental, con fecha de corte 22 de agosto de 2024, en un periodo de tiempo del 01 de enero de 2014 al 31 de julio de 2024, para lo cual se definieron cinco indicadores bibliométricos en los cuales se centró el análisis. Los resultados muestran que el principal tipo de publicación es el artículo, el año de mayores publicaciones sobre el tema fue el 2023 con una tendencia al alza durante los diez años del estudio; además el 72% de los textos fueron en idioma inglés, entre otros hallazgos. Lo anterior demuestra la importancia del tema y el creciente interés de los autores de investigar al respecto, por lo que el presente documento podría ser de utilidad para fortalecer referentes teóricos de futuros trabajos científicos.

1 Lic. en Administración. Maestría en Administración y Gestión Regional. Doctorado en Gestión y Negocios. Centro Universitario de la Costa Sur de la Universidad de Guadalajara. Profesora Docente. Autlán de Navarro, Jalisco, México. E-mail: ada.gomez@academicos.udg.mx; <https://orcid.org/0009-0002-0077-6514>

2 Lic. en Administración de Empresas. Maestría en Tecnologías para el Aprendizaje. Doctorado en Sistemas y Ambientes Educativos. Centro Universitario de la Costa Sur de la Universidad de Guadalajara. Profesora Investigadora Asociado B. UDG-CA- 908 Economía y Gestión Empresarial, Autlán de Navarro, Jalisco, México. E-mail: evangelina.jasso@academicos.udg.mx; <https://orcid.org/0000-0003-2079-7486>

3 Lic. en Economía Agrícola. Maestría en Economía Agrícola. Doctorado en Estrategias de Desarrollo Agrícola Regional. Centro Universitario de la Costa Sur de la Universidad de Guadalajara. Profesora Investigadora Titular B. UDG-CA- 908 Economía y Gestión Empresarial. Autlán de Navarro, Jalisco, México. E-mail: imelda.cih@academicos.udg.mx; <https://orcid.org/0000-0002-4587-9413>

Palabras clave: Economía Social y Solidaria, análisis bibliométrico, tendencias investigativas.

Bibliometrics of knowledge: trends in Social and Solidarity Economy research

Abstract

One of the major changes in scientific production is the increase of publications in areas other than the formal sciences, whose authors join the dissemination of findings through the dissemination of articles, book chapters, academic papers, and other means that allow reaching more interested parties in the shortest possible time. This research aims to carry out an analysis of publications on Social and Solidarity Economy (SSE), employing a bibliometric analysis through a review of three multidisciplinary databases of recognized prestige. The methodology used responds to the characteristics of documentary theoretical research, with a cut-off date of August 22, 2024, in a period from January 1, 2014, to July 31, 2024, for which five bibliometric indicators were defined on which the analysis was focused. The results show that the main type of publication is the article, the year with the highest number of publications on the subject was 2023 with an upward trend during the ten years of the study; 72% of which were in English, among other findings. The above demonstrates the importance of the topic and the growing interest of the authors in research on the subject so that this document could be useful to strengthen theoretical references for future scientific work.

Keywords: Economy social and solidarity, bibliometric analysis, research trends.

Introducción

El estudio de la Economía Social y Solidaria (ESS) ha cobrado relevancia en la última década como una alternativa económica que promueve valores de equidad, solidaridad y sostenibilidad. Esta creciente relevancia ha sido reconocida por organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), así como la Organización Mundial del trabajo (OIT), quienes destacan que la (ESS), puede ser fundamental en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), destacan que la ESS puede ser un catalizador clave para fomentar un crecimiento inclusivo y responsable, promoviendo un equilibrio entre la eficiencia económica y la resiliencia social y ambiental (Organización de las Naciones Unidas - ONU, 2023).

La ESS se organiza de manera que sus integrantes, ya sea de forma individual o colectiva, gestionan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios. Su objetivo principal es satisfacer necesidades y generar ingresos, basándose en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad. Este enfoque prioriza al trabajo y al ser humano como el sujeto y el fin de su actividad, orientándose hacia el buen vivir y la armonía con la naturaleza, por encima de la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Wanderley, 2017).

En este contexto, se decide realizar un análisis bibliométrico, el cual utiliza métodos estadísticos y matemáticos para analizar los procesos de comunicación escrita, lo que permite comprender la naturaleza y el desarrollo de las disciplinas científicas a través de técnicas que cuantifican y examinan la generación de información académica (Dávila-Rodríguez et al., 2009). El análisis bibliométrico se ha consolidado como una herramienta esencial para evaluar las tendencias de investigación, permitiendo identificar patrones de publicación, áreas geográficas predominantes y la evolución del interés académico en este campo.

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis comparativo entre tres reconocidas bases de datos: *Proquest*, *Scopus* y *Web of Science (WoS)*, con el fin de identificar las principales tendencias o patrones de publicación sobre ESS mediante el uso de 5 indicadores durante el período comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de julio de 2024. El

uso de un enfoque bibliométrico permite cuantificar y comparar los datos de publicaciones, aportando una perspectiva sistemática y objetiva sobre cómo ha evolucionado el conocimiento en torno a la ESS.

La elección de estas bases de datos responde a su prestigio internacional y su capacidad para proporcionar acceso a investigaciones científicas multidisciplinarias. A través de una metodología teórico documental, se emplearon cinco indicadores bibliométricos clave: cantidad y tipo de recurso, año de publicación, área geográfica, idioma y temática principal para analizar las publicaciones relacionadas con la ESS. Este estudio no solo aporta una visión amplia del estado actual de la investigación en ESS, sino que también pretende ofrecer una visión sobre las tendencias emergentes y las áreas de oportunidad en futuras investigaciones.

El escrito académico comienza con una introducción donde se plantea el tema central de la investigación, destacando la relevancia de la ESS y el propósito del análisis bibliométrico. A continuación, el marco de referencia contextualiza el estudio, revisando la evolución de la ESS y su creciente importancia en el ámbito académico, así como la definición y el uso de la bibliometría como herramienta de análisis.

En la metodología, se describe el enfoque teórico-documental utilizado para comparar tres bases de datos académicas (*Proquest*, *Scopus* y *WoS*), detallando los cinco indicadores bibliométricos clave: cantidad y tipo de recurso, año de publicación, área geográfica, idioma y temática principal. Los resultados ofrecen un análisis comparativo entre las bases de datos, mostrando las tendencias de investigación en ESS y su evolución durante el periodo de estudio. Finalmente, en las conclusiones, se reflexiona sobre los hallazgos principales, identificando las áreas con mayor producción científica y las oportunidades para futuras investigaciones en el campo de la ESS..

Marco de referencia

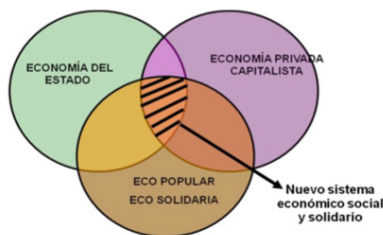
La ESS tiene sus orígenes en movimientos económicos alternativos que buscan un enfoque centrado en las personas y el entorno, en lugar de la maximización de beneficios. Este concepto engloba un conjunto de prácticas

económicas basadas en la cooperación, el bienestar colectivo, y la sostenibilidad. Según autores como Laville (2016), la ESS incluye iniciativas tales como cooperativas, mutualidades, asociaciones y empresas sociales, cuyo objetivo es generar valor social en lugar de solo rentabilidad.

En 2022, la OIT aprobó una definición universal de la ESS, en la que se establece que "engloba a las unidades institucionales con finalidad social o pública, que realizan actividades económicas basadas en la cooperación voluntaria, la gobernanza democrática y participativa, la autonomía y la independencia, cuyas reglas prohíben o limitan la distribución de los beneficios" (OIT, 2022). Estas unidades incluyen cooperativas, asociaciones, mutualidades, fundaciones, empresas sociales y grupos de autoayuda, operando tanto en la economía formal como en la informal, siempre de acuerdo con los valores y principios fundamentales de la ESS, tales como el cuidado de las personas y el planeta, el igualitarismo, la interdependencia, la integridad y el autogobierno (OIT, 2022).

El término ESS puede tener dos significados principales y complementarios para Coraggio (2013), 1) es un sistema económico cuyo funcionamiento asegura la base material integrada a una sociedad justa y equilibrada. 2) es un proyecto de acción colectiva (incluyendo prácticas estratégicas de transformación y cotidianas de reproducción) dirigido a contrarrestar las tendencias socialmente negativas del sistema existente, con la perspectiva actual o potencial, de construir un sistema económico alternativo que responda al principio ético ya enunciado.

Marcillo-Vaca y Salcedo-Aznal (2010) destacan que, en el marco del nuevo sistema económico, la Economía Solidaria no solo respeta otras formas éticas de producción existentes, sino que prevé que, en algún momento, estas convergen para formar un modelo que promueva el bienestar de toda la población, en lugar de beneficiar exclusivamente a una pequeña élite privilegiada.

Figura 1. Nuevo Sistema Social y Solidario

Fuente: Marcillo-Vaca y Salcedo-Aznal (2010)

Según Verzosi y Carvajal (2023), el concepto de economía solidaria comenzó a desarrollarse en Francia y algunas partes de Latinoamérica a finales del siglo XX, como una alternativa a la globalización neoliberal dentro del marco de la Economía Social. El término "Economía Solidaria" se consolidó en América Latina a principios de la década de 1980, con el sociólogo chileno Luis Razeto como uno de sus principales exponentes. Su pensamiento encontró un fuerte respaldo en la Iglesia Católica, y en 1987 el Papa Juan Pablo II, durante su visita a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), promovió enérgicamente la idea de construir una economía solidaria en el continente.

Por su parte, el sociólogo francés Jean Louis Laville señala que la economía solidaria surgió para describir las organizaciones de la "nueva Economía Social", que emergen como respuesta a la crisis del modelo de desarrollo basado en la sinergia entre Estado y mercado, el cual había propiciado una separación y jerarquización de las economías (Laville, 2016).

En América Latina, recientemente se han presentado movimientos sociales que muestran el fortalecimiento de la ESS principalmente como consecuencia de la desigualdad que se ha tenido durante los últimos años derivada de políticas impuestas, con lo que se busca dar prioridad a la sostenibilidad ambiental y el bienestar de la comunidad (Manríquez et al. 2017).

La ESS es común encontrarla definida como parte de un tercer sector independiente del Estado y por ende del capitalismo. Lo anterior se debe a que el objetivo principal no busca el lucro sino la inclusión social y el desarrollo

de las comunidades, cuestiones que han motivado diversas investigaciones sobre alternativas para épocas críticas (Fontenueau et al. 2010).

Según Lemus y Barkin (2020), un aspecto clave en la construcción de una ESS es la integración de la responsabilidad social y ambiental. La falta de una conexión integral entre ambas dimensiones impide que cualquier programa logre sus objetivos. Este enfoque implica incorporar cinco principios fundamentales en la organización social y política.

Estos principios incluyen: 1) la autonomía en la gestión, con énfasis en la autogestión; 2) la solidaridad, tanto entre los miembros de la comunidad como con otras comunidades que participan en procesos similares; 3) la autosuficiencia, siempre que sea factible, considerando los recursos disponibles y las condiciones ecológicas; 4) la diversificación productiva, orientada al intercambio con otras comunidades y el mercado, bajo principios de comercio justo; y 5) la gestión sostenible de los recursos regionales.

Metodología

La investigación que se realizó es de tipo teórico documental, en la cual se llevó a cabo un análisis bibliométrico, el cual es una herramienta clave para medir el impacto y el desarrollo de un campo de investigación. Según Passas (2024), la bibliometría permite cuantificar la producción científica y evaluar las redes de citación, autores, y temas relevantes en una disciplina.

El mencionado análisis no se limitó a una base de datos solamente, sino que realizó un comparativo entre tres bases de datos las cuales son Proquest, Scopus y WoS. Dicho análisis se complementa con el diseño de dos mapas científicos de conceptos principales y de citaciones. Entre los criterios de inclusión y exclusión cabe señalar que se eligieron bases de datos con reconocido prestigio internacional, son bases de datos con un nivel alto de consulta, y su contenido se compone de revistas e investigaciones científicas multidisciplinarias (Echchakoui, 2020).

Se utilizó una ecuación de búsqueda para la obtención de información la cual fue (“Economía Social y Solidaria”) y (“Social and Solidarity Economy”),

con la refinación de resultados a través de filtros específicos para cada base de datos, entre ellos, título, resumen y palabras clave. Considerando una revisión histórica en el periodo comprendido entre el 01/01/2014 al 31/06/2024, con fecha de corte del 22 de agosto de 2024 (tabla 1).

Tabla 1. Criterios de inclusión y resultados generales

Generalidades	Base de datos	Filtros	Resultado
Término de búsqueda: Economía Social y Solidaria/ Social and Solidarity Economy	Proquest	Social and Solidarity Economy	476
Periodo: 01/01/2014 a 31/06/2024	Scopus	"Social and Solidarity Economy", búsqueda en título, resumen y palabras clave	387
Fecha de corte: 22 de agosto de 2024	WoS	Social and Solidarity Economy	289

Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

Para la primera parte del análisis de la información y desarrollo del mapeo científico, se optó por utilizar cinco indicadores bibliométricos, considerados como los principales que muestran las tendencias de las publicaciones sobre el tema de estudio:

1. Cantidad y tipo de recurso
2. Año de publicación
3. Área geográfica
4. Idioma
5. Temática principal

En la segunda parte del análisis, la cual consistió en el diseño de los mapas científicos, se utilizaron los resultados arrojados por *Intelligo* (Organización de Estados Iberoamericanos, OEI, 2024) el cual es un explorador de información científica como patentes y artículos, cuya especialidad son recursos académicos iberoamericanos y la herramienta de Inteligencia Artificial *Connected papers* el cual ayuda identificar artículos científicos relacionados con un artículo ancla que previamente se haya identificado, el mapa que presenta permite el análisis visual de cantidad de citas, años de publicación y autores principales (Princeton University, 2024).

En el apartado de resultados, se muestra la información obtenida a manera de comparación entre las bases de datos consultadas, utilizando herramientas de apoyo visual como tablas y figuras, así como la descripción general del contenido de los documentos más citados sobre el tema en *Scopus* y en *WoS*.

Resultados

Entre los resultados obtenidos por medio del análisis bibliométrico se tienen los tipos y cantidad de documentos publicados sobre ESS contenidos en la tabla 2. Es posible observar que el tipo de publicación más común es el artículo, ya que en las tres bases de datos constituye el más utilizado por los autores, representando el 46 % del total de los recursos. En segundo lugar, se tienen las noticias, representadas por el 26 % del total revisado, aunque es importante señalar que éste se concentra en la base de datos *Proquest* únicamente. En tercer lugar, los capítulos de libro representan el 13 % del total, reportado por *Scopus* y *WoS*.

Tabla 2. Cantidad y tipo de recurso

Tipo de recurso	Proquest	Scopus	WoS
Artículos	105	254	211
Acceso anticipado	0	0	4
Artículo de revisión	6	6	1
Capítulos de libros	0	93	51
Libros	15	9	4
Conferencias	3	19	0
Reseña bibliográfica	0	0	7
Notas	21	2	0
Material editorial	0	4	11
Disertación/tesis	10	0	0
Informe	2	0	0
Información general	13	0	0
Estudio de caso	1	0	0
Noticias	300	0	0
Total	476	387	289

Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

En la revisión histórica se tomaron en cuenta las publicaciones dentro del periodo comprendido entre el 01 de enero de 2014 al 31 de julio de 2024, con fecha de corte del 22 de agosto de 2024, los números arrojados están en la tabla 3. El año con mayor publicación sobre el tema de ESS en *Proquest* fue el 2021, para *Scopus* fue el 2023 y para *WoS* el 2020. En 2014, se observa que el tema no era tan popular ya que en las tres bases de datos reportan menos de diez recursos al respecto, ya para 2017 se identifica una mayor propensión sobre el tema con más de veinte por año en cada base de datos considerada.

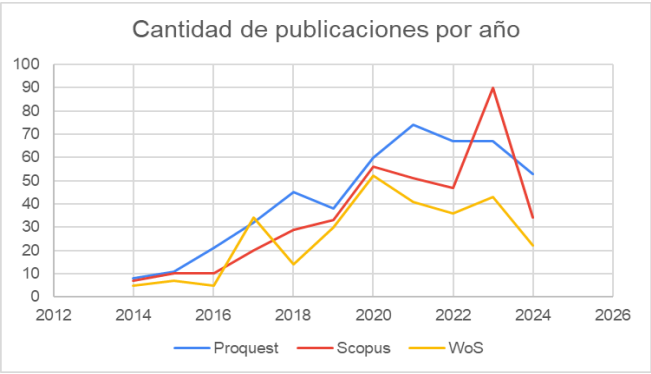
Tabla 3. Publicaciones por año

Año	Proquest	Scopus	WoS	Total por año
2014	8	7	5	20
2015	11	10	7	28
2016	21	10	5	36
2017	32	20	34	86
2018	45	29	14	88
2019	38	33	30	101
2020	60	56	52	168
2021	74	51	41	166
2022	67	47	36	150
2023	67	90	43	200
2024	53	34	22	109
Total	476	387	289	1152

Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

Con la intención de mejorar la interpretación de los resultados, se tienen las figuras 2 y 3 que aportan mayor claridad de los datos. En la figura 2, se realizó el comparativo de las publicaciones por año en cada base de datos revisada. *Proquest* es la única que muestra un crecimiento sostenido a través de cuatro años, un decremento en 2019; aumento de ahí a 2021, disminución a partir de 2022 sostenido al 2023 para disminuir en 2024. *Scopus* sostiene un aumento de 2014 hasta 2016 donde despunta hasta 56 publicaciones en 2020, disminuye en 2021 y 2022; para alcanzar su máximo en 2023. En *WoS* se identificó un patrón menos continuo en las publicaciones de la década analizada, se mantienen por dos años, aumenta en 2017 y disminuye en 2018. Se sostiene su incremento por los siguientes dos años y bajó en 2021 y 2022; para 2023 otro aumento y disminución en 2024.

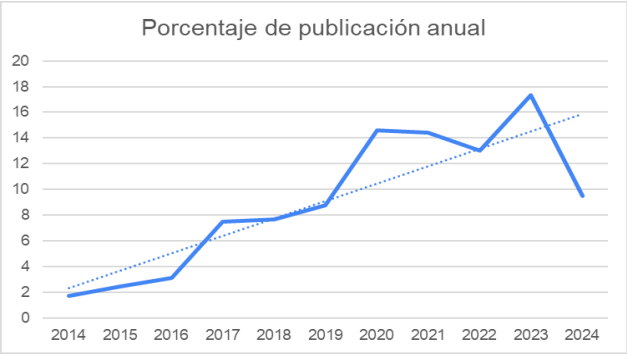
Figura 2. Comparativo de publicaciones por base de datos



Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

En la figura 3, se muestra la tendencia de las publicaciones de acuerdo con el total bases de datos revisadas. En ella es posible observar la línea de tendencia positiva, lo que lleva a concluir que cada vez más investigadores publican trabajos sobre ESS, lo que lleva a pensar que se trata de un tema actual y de interés general.

Figura 3. Concentrado de publicaciones por año

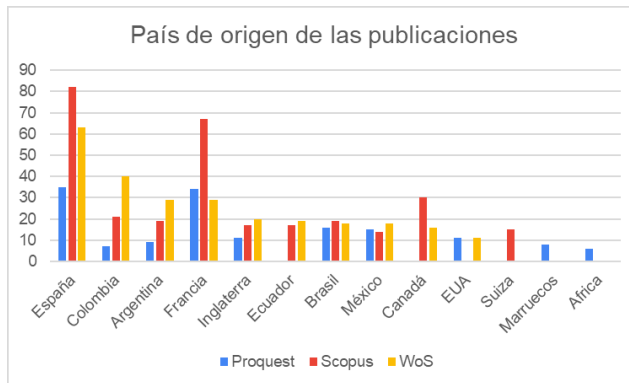


Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

El siguiente indicador bibliométrico es la geografía, determinada por los países de origen de las publicaciones encontradas. En la figura 4 se con-

centran los datos de los diez países más populares. En Proquest, España, Francia y Brasil son los países con mayor cantidad de publicaciones. Para Scopus el país líder es España, seguida de Francia y de Canadá. Por último, en WoS los países más representativos son España, Colombia y un empate con Argentina y Francia. Es notoria la coincidencia de siete países en las tres bases de datos, por otro lado, sólo en Proquest se encontraron documentos de Marruecos y África; así como sólo en Scopus se registraron documentos de Suiza. Por último, los países con mayor número de resultados son España, Francia y Colombia, los cuales concentran el 55% del total.

Figura 4. Área geográfica



Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

El siguiente indicador bibliométrico es el idioma de las publicaciones, el cual está muy relacionado con los datos previamente explicados y cuyos resultados se muestran en la tabla 4. El idioma más utilizado es el inglés, en las tres bases de datos, representado por el 72 % del total, seguido por el español con 20 % y el francés con 7 %. El liderazgo del idioma inglés justifica el uso de palabras clave en ese idioma para realizar las búsquedas, además el porcentaje del idioma español respalda la realización de investigaciones sobre ESS, al considerarse importante para países hispanohablantes.

Tabla 4. Idioma de las publicaciones

Idioma	Proquest	Scopus	WoS
Inglés	405	267	155
Español	44	70	112
Japonés	0	0	0
Alemán	1	0	0
Italiano	0	0	0
Portugués	15	4	2
Francés	11	46	18
Húngaro	0	0	2
Total	476	387	289

Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

Debido a que la mayoría de los resultados consultados se encuentran en idioma inglés, se optó por dejar en su idioma original las temáticas principales de los documentos, lo que constituye el quinto y último indicador bibliométrico del presente análisis. Los datos se muestran en la tabla 5 y permiten identificar las temáticas en las que se desarrollan las publicaciones. La base de datos *Scopus* es la que concentra sus resultados en 6 temáticas, entre ellas economía, econometría y finanzas; negocios, administración y contabilidad; ciencias ambientales. Por su parte, en *WoS* se registran 10 temáticas, entre ellas economía empresarial; estudios territoriales, ciencias ambientales y ecología, entre otras. Finalmente, en *Proquest* se muestra una mayor variedad de temáticas entre las 14 principales se tiene cohesión social; emprendimiento social; desarrollo sustentable y cooperativas.

Tabla 5. Temáticas principales por base de datos

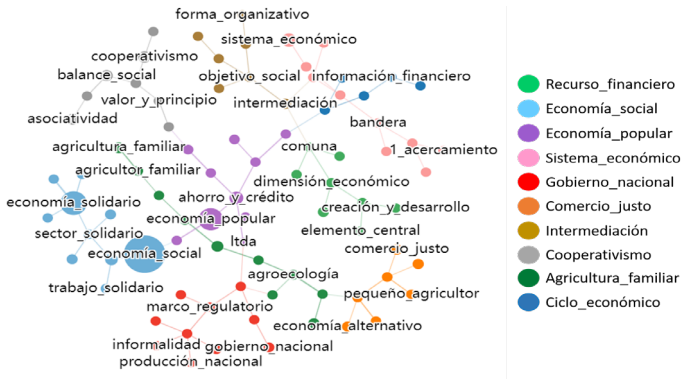
Proquest		Scopus		WoS	
Temática	No. Recursos	Temática	No. Recursos	Temática	No. Recursos
Cohesión social	37	Economía, econometría y finanzas	188	Economía empresarial	138
Emprendimiento social	46	Negocios, administración y contabilidad	108	Estudios territoriales	32

Desarrollo sustentable	41	Ciencias ambientales	51	Ciencias ambientales Ecología	30
Cooperativas	43	Ciencias computacionales	25	Estudios de Desarrollo	27
Empleo	24	Psicología	11	Otras ciencias	21
Solidaridad social	21	Ciencias de la Decisión	4	Ciencias de la tecnología	19
Consumo	20			Administración pública	8
Actividad económica	19			Sociología	7
Sustentabilidad	19			Antropología	4
Innovación social	38			Psicología	3
Responsabilidad social	18				
Condiciones económicas	16				
Ciencias sociales y políticas	98				
Desarrollo económico	36				

Fuente: data de la investigación teórico documental (2024).

En la figura 5, se puede observar la distribución de las diferentes publicaciones de acuerdo con la relación de los conceptos principales formando una red atendiendo su relación interna. Esta figura fue elaborada con el apoyo de *Intelligo*, (OEI, 2024). Con lo que puede apreciarse que las temáticas se distribuyen en nodos de información, entre los que resaltan *Economía_social* y *Economía_popular*, ambos con representación de círculos de mayor tamaño, mostrando con ello la frecuencia de investigaciones relacionadas.

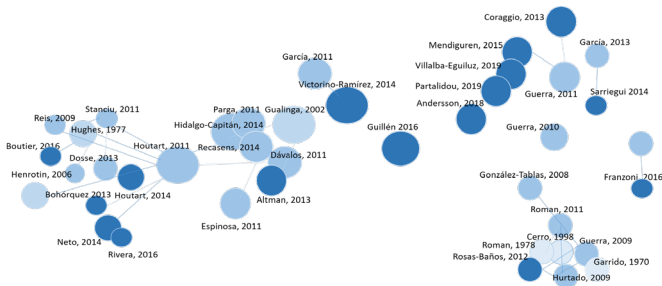
Figura 5. Mapeo de conceptos principales



Fuente: Intelligo, (OEI, 2024).

Por su parte, la figura 6 es un mapeo de publicaciones sobre ESS de acuerdo con tres criterios: número de citas, autores y año de publicación. El tamaño de los círculos responde al número de citas con que cuentan dichos documentos, en este sentido Hidalgo-Capitán (2014); Gualinga (2002) y Houtart (2011) encabezan esta lista con más de 56. La intensidad del color refleja la actualidad del documento, entre más intenso es el color, la publicación es más reciente, en este aspecto cabe mencionar que los documentos de Garrido (1970) y de Hughes (1977) son los más antiguos, mientras que los de Villalba-Eguiluz (2019) y de Partalidou (2019) son los más recientes de acuerdo con los registros de la herramienta *Connected papers*, útil para la creación de mapas de relación entre documentos científicos y que fue utilizada para el diseño de esta figura.

Figura 6. Mapeo de publicaciones sobre ESS tomando en cuenta citas, autor y año



Fuente: Intelligo, (OEI, 2024).

Para finalizar con el análisis bibliométrico, la tabla 6 muestra la descripción general y título de los documentos más citados en dos de las bases de datos: *WoS* y *Scopus*. Los documentos muestran coincidencias en aspectos como el logro de los Objetivos de Desarrollo Sustentable; evaluación de políticas públicas y que la ESS está en expansión.

Tabla 6. Revisión de documentos más citados

Título del documento	Descripción general	Base y no. citas
Role of Social and Solidarity Economy in localizing the sustainable development goals	Este documento busca revisar el papel de la ESS en el establecimiento de empresas sostenibles, así como la agricultura urbana y la economía circular que permitan el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sustentable en Corea del Sur (Lee, 2020).	WoS 51 citas
Transformative Policies for the Social and Solidarity Economy: The New Generation of Public Policies Fostering the Social Economy in Order to Achieve Sustainable Development Goals. The European and Spanish Cases	Dentro de este artículo se abordan temas relacionados con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y su relación con la Economía Social (ES). El objetivo de este estudio es entender el contexto que dio lugar al desarrollo de políticas públicas para propiciar el logro de dicha agenda tomando en cuenta casos de éxito en Europa y España, con el uso de datos cualitativos principalmente (Chaves-Ávila, R., & Gallego-Bono, 2020).	WoS 32 citas
The Social and Solidarity Economy towards greater 'sustainability': learning across contexts and cultures, from Geneva to Manila	Este recurso informativo brinda una reflexión sobre la ESS, sus características y conceptualización tomando como referencia Ginebra, Suiza y Metro Manila, Filipinas. Entre sus conclusiones señala que la ESS se encuentra en expansión y para su éxito se requiere que tenga coherencia entre las personas, acciones y lugares de aplicación (Sahakian & Dunand, 2015).	WoS 18 citas
Coming Full Circle: Why Social and Institutional Dimensions Matter for the Circular Economy	Este artículo realiza un análisis de las limitaciones de la economía circular (EC) refiere que se enfoca en la competitividad y las oportunidades económicas, sin tomar en cuenta los aspectos sociales e institucionales los cuáles son necesarios para generar una transición exitosa a este modelo económico. Refiere que a pesar del fomento de prácticas como el reciclaje y la reutilización, no considera aspectos clave como las condiciones de trabajo, la distribución equitativa de la riqueza y los sistemas de gobernanza (Moreau et al., 2017).	Scopus 301 citas
The social economy facing emerging economic concepts: Social innovation, social responsibility, collaborative economy, social enterprises and solidary economy	Esta obra analiza la aparición de términos emergentes como innovación social, economía colaborativa, empresa social, responsabilidad social empresarial, economía circular, economía solidaria, entre otros, que han ganado importancia en el contexto de la transformación de las economías occidentales. El artículo compara estas nociones con el concepto de Economía Social, presentando primero su significado y dimensiones actuales en Europa (Ávila & Campos, 2018).	Scopus 131 citas
The crisis seen from below, within, and against: From solidarity economy to food distribution cooperatives in Greece	El artículo aborda la relación entre las crisis y las economías sociales y solidarias, sugiriendo que las cooperativas formadas durante períodos de recesión capitalista, como la crisis griega, pueden beneficiarse de enfoques antropológicos integrados. Asimismo, destaca la importancia del sector de la distribución, en especial la distribución de alimentos sin intermediarios. El análisis se apoya en estudios etnográficos sobre las respuestas sociales organizadas frente a las crisis (Rakopoulos, 2014).	Scopus 90 citas

Conclusiones

Uno de los hallazgos más destacados del estudio, es el predominio de los artículos académicos como el tipo de recurso más común en las tres bases de datos, lo que evidencia que la ESS ha sido objeto de un estudio riguroso y sistemático. Además, la diversidad geográfica de las publicaciones, con una alta representación de países como España, Francia y Colombia, muestra la relevancia global del tema, aunque con particular énfasis en regiones como Europa y América Latina.

En la revisión histórica, en promedio de las tres bases de datos, el año con menos publicaciones sobre el tema es el 2014, un incremento en 2017 que se mantiene subiendo hasta 2023, reportando una disminución en 2024. Con esto se concluye que el tema cuenta con potencial de desarrollo y que estudiarlo se justifica ampliamente por su creciente notoriedad.

El idioma inglés ha dominado como el principal vehículo de comunicación científica, lo que resalta la necesidad de realizar búsquedas y análisis tanto en inglés como en otros idiomas, como el español y el francés. Sin embargo, la presencia significativa de publicaciones en español también subraya la importancia de la ESS para los países de habla hispana, lo cual sugiere que este campo es especialmente pertinente para abordar problemáticas locales y regionales.

Las temáticas principales que se identificaron en las bases de datos son la Economía, Economía empresarial y Cohesión social, lo cual denota similitud en los procesos de clasificación que utilizan por lo que sus resultados son coherentes y permiten la revisión por parte de los usuarios de la información.

El mapeo científico como herramienta para organizar investigaciones utilizado en el presente documento, mostró relaciones significativas entre conceptos principales de las publicaciones sobre ESS. Encabezan la lista la Economía Social y Economía Solidaria, no obstante, destacan los conceptos de economía popular, cooperativismo, comercio justo, objetivo social, por mencionar algunas. Además, el mapeo de citas permite identificar autores representativos en la materia, entre ellos Hidalgo-Capitán; Gualinga y Houtart que, de acuerdo con la investigación realizada, son los documentos que cuentan con mayor número de citas.

Por último, la revisión de los documentos más citados brinda evidencia de que la ESS se encuentra en expansión ya que dichos estudios se efectuaron en diversas latitudes, con lo que se tiene incidencia de su aplicación buscando con ello incrementar el desarrollo comunitario y la sostenibilidad empresarial.

Referencias bibliográficas

- Ávila, R. C., & Campos, J. L. M. (2018). The social economy facing emerging economic concepts: Social innovation, social responsibility, collaborative economy, social enterprises and solidary economy. *CIRIEC-Espana Revista de Economía Publica, Social y Cooperativa*, 93, 5–50. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.12901>
- Chaves-Avila, R., & Gallego-Bono. (2020). Transformative Policies for the Social and Solidarity Economy: The New Generation of Public Policies Fostering the Social Economy in Order to Achieve Sustainable Development Goals. The European and Spanish Cases. *Sustainability*, 12(10), 4059. <https://doi.org/10.3390/su12104059>
- Coraggio, J. L. (2013). Las tres corrientes de pensamiento y acción dentro del campo de la Economía Social y Solidaria. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais (RBEUR)*, 15(2), 11–24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=513951684002>
- Dávila-Rodríguez, M., Guzmán-Sáenz, R., Macareno-Arroyo, H., Piñeres-Herrera, D., De la Rosa-Barranco, D., & Caballero-Urbe, C. V. (2009). Bibliometría: conceptos y utilidades para el estudio médico y la formación profesional. *Revista Salud Uninorte*, 25(2). http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012055522009000200011&script=sci_arttext
- Echchakoui, S. (2020). Why and how to merge Scopus and Web of Science during bibliometric analysis: the case of sales force literature from 1912 to 2019. *Journal of Marketing Analytics*, 1–20. <https://www.semanticscholar.org/paper/Why-and-how-to-merge-Scopus-and-Web-of-Science-the-Echchakoui/aaceb9c41b6b09bc50e2180ca9da999d-5bf725cc>

- Fontenueau, B., Neamtan, N., Wanyama, F., Pereira, L., & Poorter, M. (2010). Economía Social y Solidaria: construyendo un entendimiento común. <http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://streetnet.org.za/wp-content/uploads/2012/03/ILO2OSSereader202010sp.pdf>
- Laville, J.L. (2016). *La Economía Social y Solidaria frente a las políticas públicas*. Puig Ed. https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5470/resource_files/Libro_ESS_Hegoa.pdf
- Lee, S. (2020). Role of Social and Solidarity Economy in localizing the sustainable development goals. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 27, 65 - 71. <https://www.tandfonline-com.wdg.biblio.udg.mx:8443/doi/full/10.1080/13504509.2019.1670274>
- Lemus, B. & Barkin D. (2020). ¿Economía solitaria o social y solidaria? *En Economía Social Solidaria y Sustentable*. Coord. González, B. M., Cendejas, G. R. & Gómez M. (48-67). Ed. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Manríquez, N., Martínez, F., & Colín, S. (2017). Reflexiones en torno a la economía solidaria: una revisión de la literatura. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 38(83), 11-42. <https://doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/832017/atc1/martinezgomezf/colincaستillos/manriquezgarcian> https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-91762017000200011&script=sci_arttext
- Marcillo-Vaca C. & Salcedo-Aznal A. (2010). *Economía solidaria: teoría y realidades de éxitos comunitarios: historias de superación en Ecuador y Castilla-La Mancha*. https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-616_es.html
- Moreau, V., Sahakian, M., van Griethuysen, P., & Vuille, F. (2017). Coming Full Circle: Why Social and Institutional Dimensions Matter for the Circular Economy. *Journal of Industrial Ecology*, 21(3), 497–506. <https://doi.org/10.1111/jiec.12598>

- Organización de Estados Iberoamericanos, OEI. (2024). *Intelligo*. <https://oei.int/>
- Organización de Naciones Unidas (ONU). (2023). *Septuagésimo séptimo período de sesiones, tema 18 del programa Desarrollo Sostenible*. https://unsse.org/wp-content/uploads/2023/05/A_RES_77_281-ES.pdf
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2022): *El trabajo decente y la Economía Social y Solidaria*, International Labour Office, Ginebra https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_841042.pdf
- Passas, I. (2024). Bibliometric Analysis: The Main Steps. *Encyclopedia*, 4(2), 1014–1025. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4020065>
- Princeton University. (2024). Literature Mapping. *Connected Papers*. <https://libguides.princeton.edu/c.php?g=1171670&p=8559773>
- Rakopoulos, T. (2014). The crisis seen from below, within, and against: From solidarity economy to food distribution cooperatives in Greece. *Dialectical Anthropology*, 38(2), 189–207. <https://doi.org/10.1007/s10624-014-9342-5>
- Sahakian, M. D. & Dunand, C. (2015). The Social and Solidarity Economy towards greater ‘sustainability’: learning across contexts and cultures, from Geneva to Manila, *Community Development Journal*, Volume 50, Issue 3, Pages 403–417. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsu054>
- Verzosi, C.V. & Carvajal, R.V. (2023). “La Economía Popular y Solidaria en el Ecuador. El empoderamiento femenino”, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 107, 71-100. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.107.17063>
- Wanderley, F. (2017). Entre los conceptos minimalista y maximalista de Economía Social y Solidaria. tensiones teóricas y agenda futura de investigación. *Revista Economía*, 69(109), 13–27.

El potencial de la Economía Social y Solidaria ante la economía informal y la baja productividad en Oaxaca

Othón C. Ríos y Vázquez¹; Maricela Castillo Leal²; Maricela Ríos Castillo³

Resumen

La investigación examinó el potencial de la Economía Social y Solidaria (ESS) para enfrentar la economía informal y la baja productividad en Oaxaca, especialmente tras las crisis provocadas por la pandemia y la inflación. Se empleó un enfoque cualitativo e inductivo, centrado en los microproductores informales de mezcal en Santiago Matatlán, con el objetivo de extraer conclusiones aplicables al Estado en general. El estudio surgió en respuesta a los efectos económicos adversos de la pandemia de COVID 19, que incluyeron la inflación, la lenta reactivación económica, el desempleo, la falta de ingresos y el aumento de la pobreza. En este contexto, la población desempleada optó por emigrar o crear microempresas informales. Se eligió estudiar esta última opción debido al peso significativo de la economía informal, que representa el 87% de la actividad económica en Oaxaca. El objetivo general del estudio fue realizar un análisis estratégico para evaluar las potencialidades del modelo de ESS en la resolución del problema de la economía informal en el Estado de Oaxaca. Los resultados revelaron que las políticas para promover la ESS en Oaxaca, disminuyeron durante la actual administración federal, debido a la falta de recursos humanos, financieros e infraestructurales. No obstante, se identificó un aumento en las oportunidades para las microempresas informales a través de la integración en asociaciones, impulsadas por el deseo de mejorar la productividad. A pesar de estas oportunidades, per-

1 Maestro en Desarrollo Regional. Profesor-investigador en el Tecnológico Nacional de México – Instituto Tecnológico de Oaxaca. Correo: othon.ryv@oaxaca.tecnm.mx; <https://orcid.org/0000-0002-2980-9458>

2 Doctora en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Profesora-investigadora en el Tecnológico Nacional de México – Instituto Tecnológico de Oaxaca. Correo: maricelacastillo3@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-3281-4135>

3 Doctora en Ciencias Sociales con Orientación en Desarrollo Sustentable. Profesora-investigadora en el Tecnológico Nacional de México – Instituto Tecnológico de Nuevo León. Correo: maricela.rc@nuevoleon.tecnm.mx; <https://orcid.org/0000-0002-3657-8109>

sisten obstáculos como el desconocimiento del modelo ESS y la resistencia a abandonar prácticas tradicionales de producción y comercialización.

Palabras clave: Economía Social y Solidaria, economía informal, mezcal, desarrollo económico.

The potential of the Social and Solidarity Economy in the face of the informal economy and low productivity in Oaxaca

Abstract

The research examined the potential of the Social and Solidarity Economy (SSE) to address the informal economy and low productivity in Oaxaca, particularly in the aftermath of the crises caused by the pandemic and inflation. A qualitative and inductive approach was employed, focusing on informal mezcal micro-producers in Santiago Matatlán, to conclude applicable to the state. The study emerged in response to the adverse economic effects of the COVID-19 pandemic, which included inflation, slow economic recovery, unemployment, lack of income, and increased poverty. In this context, the unemployed population chose to either migrate or create informal microenterprises. The latter option was chosen for the study due to the significant impact of the informal economy, which accounts for 87% of economic activity in Oaxaca. The general objective of the study was to conduct a strategic analysis to explore the potential of the Social and Solidarity Economy model in addressing the issue of the informal economy in the state of Oaxaca. The results revealed that policies to promote SSE in Oaxaca have declined during the current federal administration, due to a lack of human, financial, and infrastructural resources. However, an increase in opportunities for informal microenterprises was identified through integration into associations, driven by the desire to improve productivity. Despite these opportunities, obstacles

remain, such as a lack of awareness of the SSE model and resistance to abandoning traditional production and marketing practices.

Keywords: Social and Solidarity Economy, informal economy, mezcal, economic development.

Introducción

La crisis de la salud y de la economía impulsada por la pandemia Covid-19, nos ha hecho reflexionar sobre lo frágiles que somos ante estos fenómenos, pero también esta crisis, como dijera Albert Einstein, “...es la mejor bendición que puede sucederle a las personas y países, porque la crisis trae progresos” porque, “Es en la crisis donde nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias” ... “Quien supera la crisis se supera a sí mismo sin quedar superado...” palabras que nos alientan a sacar lo mejor de nosotros (AHS, 2023).

Consideramos que lo más grave de la crisis económica ha sido la exclusión del mercado capitalista de los trabajadores y negocios más vulnerables y menos competitivos. Esta situación, les ha obligado a recurrir como una alternativa, al modelo de la economía informal, que, si bien en el corto plazo representa una solución al problema de la subsistencia, en el largo plazo puede ser un freno, por la baja productividad que reduce el crecimiento económico. Esto ha pasado, en los países subdesarrollados, y en Oaxaca, por lo que, desde el punto de vista económico y social es un reto que hay que superar por el bienestar de la sociedad.

Además, lo más alentador que ha surgido de esta crisis es la acelerada adopción de nuevas tecnologías y la reflexión sobre estrategias más efectivas para abordar nuestros desafíos económicos y sociales. Es en este contexto que se sitúa la presente investigación, la cual busca contribuir con ideas y estrategias para superar los persistentes problemas de exclusión económica y social que han afectado particularmente al sector laboral y a las microempresas en Oaxaca durante su reciente desarrollo, agravados aún más por la actual crisis del sistema capitalista que aún no se ha superado por completo.

La propuesta de esta investigación se centra en realizar un análisis estratégico de las potencialidades del modelo de la Economía Social y Solidaria (ESS) para enfrentar la economía informal en el Estado de Oaxaca. El estudio abarca, en primer lugar, el análisis de las posibilidades del modelo de ESS, es decir, las fuerzas disponibles para impulsar este enfoque. En segundo lugar, se pretende examinar las capacidades y recursos que poseen los trabajadores y microempresarios del sector popular para aceptar y adaptarse al modelo de ESS.

Para lograr este objetivo, proponemos realizar un análisis estratégico que examine tanto las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo donde se sitúa el modelo, como las debilidades y fortalezas que enfrentan las microempresas informales al aceptar y adaptarse al enfoque de la ESS.

Planteamiento del problema

En esta investigación exploratoria, identificamos uno de los problemas críticos que afecta la economía y el bienestar social de la población oaxaqueña: la presencia significativa de la economía informal. Este fenómeno contribuye a una baja productividad en las microempresas informales a largo plazo, atribuible a su escasa eficiencia y rendimiento en la producción de bienes o servicios. Estas condiciones adversas, a su vez, dificultan la atracción de inversiones en Oaxaca, generando una baja competitividad y un crecimiento económico insuficiente, lo que perpetúa el rezago y la pobreza en la población.

Adicionalmente, se suma a esta problemática la falta de aprovechamiento eficiente del potencial que ofrece el modelo de ESS para organizar de manera formal y más productiva a los trabajadores y microempresas informales presentes en la economía oaxaqueña.

Marco de referencia

La economía mundial ha padecido constantes crisis económicas en el siglo pasado y en el actual, la última y la de mayor impacto ha sido la del

período 2020-2022 provocada por la pandemia Covid-19, que se vio acompañada por la necesidad del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, generando como resultado una disminución de la inversión y del empleo. Asimismo, la inmediata inflación económica generada por el conflicto bélico de Rusia y Ucrania ha generado problemas en los países y sus regiones para reactivar sus economías de forma más dinámica en este período.

A solo un año después de la pandemia Covid-19, en el año 2020, los efectos en la economía mexicana fueron muy desalentadores, la economía tuvo un desplome de 8.5% del PIB, su mayor caída desde la década de 1930, cuando el mundo vivió la Gran Depresión y provocó que miles de trabajadores perdieran sus empleos y los que lo conservaron, padecieron un deterioro en la calidad laboral, ensanchando más las desigualdades económicas y sociales existentes (Expansión, 2021).

De acuerdo con la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL), a pesar de que en 2022 y el 2023, el PIB de México ha registrado tasas de expansión por arriba de lo esperado, el crecimiento económico del sexenio del presidente Manuel López Obrador (AMLO) es ínfimo: un promedio anual de 0.7%, la cifra más baja desde el gobierno de Miguel de la Madrid. Las cifras del “Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2023” de la Cepal señala, además, que en los seis años de gobierno de López Obrador (2019-2024), México será el país de menor crecimiento del PIB en América Latina, después de Argentina (Proceso, 2023a).

En la tabla 1 en la comparación del crecimiento económico sexenal desde la administración del presidente Miguel de La Madrid, hasta del gobierno actual del presidente Andrés Manuel López Obrador, se puede apreciar el bajo nivel de crecimiento actual de la economía mexicana, producto de la crisis económica impulsada por el Covid-19, la inflación y baja reactivación económica, pero también por la incertidumbre y desconfianza económica que generó para la inversión privada, por la política de la llamada “Cuarta Transformación” que propició el cambio de la normativa de la Constitución Mexicana y trastocó la distribución del presupuesto público. Esta situación sin duda impacta toda la política pública del gobierno hacia la sociedad civil.

Tabla 1. Comparación del Crecimiento Económico Sexenal en México (1983-2024)

Gobierno	Periodo de gobierno	Crecimiento sexenal del PIB (en puntos porcentuales)	Tasa promedio anual de crecimiento del PIB	Crecimiento anual del PIB por habitante
Miguel de la Madrid	1983-1988	2.04	0.34%	-1.95%
Carlos Salinas de Gortari	1989-1994	23.90	3.98%	2.06%
Ernesto Zedillo	1995-2000	20.20	3.36%	1.71%
Vicente Fox	2001-2006	11.70	1.95%	1.65%
Felipe Calderón	2007-2012	10.50	1.75%	0.20%
Enrique Peña Nieto	2013-2018	14.60	2.43%	1.06%
Andrés Manuel López Obrador	2019-2024	4.20	0.70%	0.30%

Fuente: Base de Datos y Publicaciones Estadísticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL); Estudio

El capitalismo neoliberal que antecede al gobierno del presidente AMLO tomó impulso desde la década de los ochenta en los países occidentales y alentó un mercado globalizado, que no respeta a los trabajadores y empresas que no pueden competir, provocando así la concentración ampliada de la riqueza y la exclusión masiva del empleo, la erosión de los salarios y de los derechos sociales, así como la expansión del llamado Sector Informal que se esfuerza ferozmente por la supervivencia (Coraggio, 2011).

Para evaluar el impacto del desempleo ocasionado por la crisis económica, se recurre a los datos proporcionados por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) referentes a todos los empleos formales registrados. Durante el periodo comprendido entre marzo y junio de 2020, se evidenció una disminución del 5.4 %. En términos absolutos, la pérdida de empleos formales superó ligeramente los 1.1 millones. Es crucial destacar que esta disminución afectó de manera desproporcionada a los trabajadores menos competitivos y de bajos ingresos, representando un impactante 83.7 % de todos los empleos perdidos, lo que equivale a 933 mil puestos de trabajo según datos de Esquivel (2020).

La disminución de la actividad económica por la crisis, como la consiguiente pérdida de empleos, se comenzó a traducir en una importante pérdida de ingresos para amplios segmentos de la población. Una parte de esta pérdida de ingresos fue pasajera, pero otra fue más permanente, en la medida en que la crisis se prolongó por los efectos de una inflación global y porque la reactivación de la economía ha sido más lenta de lo que se esperaba. Esta situación impactó de manera importante a los restaurantes pequeños, medianos y grandes y al turismo.

Según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en 2018, en la República Mexicana había 8.7 millones de personas que experimentaban tres o más carencias sociales, situándose en una condición de pobreza extrema. No obstante, para el año 2022, esta cifra ascendió a 9.1 millones, evidenciando un incremento atribuido a la escasez de empleo e ingresos (Albarrán, 2023).

Ante este sombrío panorama económico, y como respuesta ante tal calamidad, la población más afectada por la reducción de sus ingresos, ha tenido que actuar para resolver el problema de la subsistencia básica familiar, siguiendo principalmente dos vías: una o por la emigración de trabajadores hacia regiones del país o del extranjero con mejores posibilidades de empleo mejor remunerado y otra, que ha sido la mayoría, decidió emprender pequeños emprendimientos empresariales de tipo informal, que se ubican en la llamada Economía Informal, entendida ésta como toda actividad económica que actúa al margen de las normas que dicta el gobierno.

Con relación a la vía de la migración, la mano de obra oaxaqueña tiene una larga tradición de emigrar a los Estados Unidos de América y a regiones prósperas del interior de la República Mexicana en el período de análisis. Oaxaca fue, de acuerdo con el Centro Monetario de Latinoamérica (CEMLA), una de las cinco entidades del país que recibieron remesas superiores al 10% de su Producto Interno Bruto (PIB) con relación al resto de las entidades de México o que da cuenta de la magnitud e importancia de la migración laboral para la subsistencia de las familias con más bajos niveles de ingresos, tal y como se aprecia en la figura 1.

Figura 1. Ingresos por remesas / % del PIB a nivel estatal en México 2022



En Oaxaca, el 11.6 % de su Producto Interno Bruto (PIB) se deriva de las remesas en dólares enviadas por migrantes que laboran en los Estados Unidos de América. Este dato resalta la carencia de fuentes de empleo dignas en la región y subraya la relevancia de esta alternativa ante el limitado crecimiento económico del Estado (Morales, 2023).

En cuanto a la segunda vía para generar ingresos destinados a la subsistencia, se encuentra el emprendedurismo de microempresas informales. Inicialmente, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) definía la informalidad como “un segmento del mercado laboral, junto al formal, caracterizado por no cumplir con las regulaciones legalmente establecidas, especialmente las relacionadas con las leyes hacendaria y laboral” para llevar a cabo su medición.

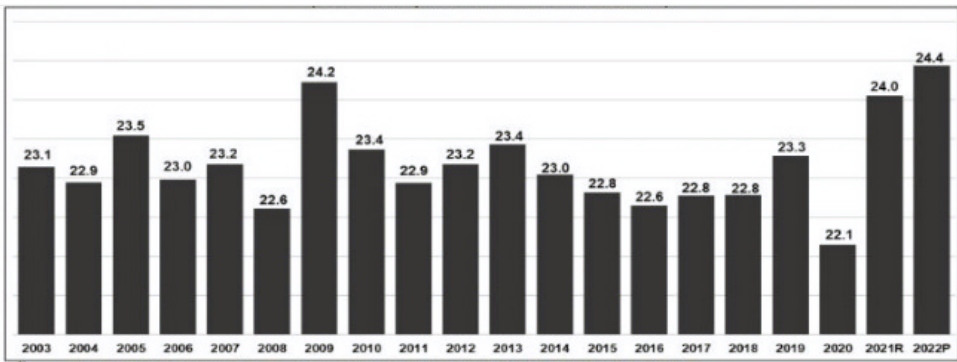
No obstante, esta definición inicial ha evolucionado para incluir en su medición a millones de trabajadores que laboran en empresas registradas como formales pero que permanecen en la informalidad, ya sea por la falta de pago de prestaciones de salud, vivienda o fondos de pensiones. Además,

se incorporan a esta medición cientos de miles de empleados domésticos, tanto mujeres como hombres, que no trabajan ni en negocios formales ni informales, sino que prestan sus servicios en hogares. Esta definición de informalidad observa las condiciones de precariedad en los lugares donde se desarrolla, lo que tiene como consecuencia una baja productividad, falta de competitividad y salarios reducidos (Negrete, 2010).

Actualmente, la Organización Internacional del Trabajo considera que la definición de trabajo informal, base de la definición de economía informal, está compuesto por tres tipos de empleos: a) trabajadores informales en empresas formales, b) trabajadores informales en negocios informales y c) trabajadores familiares pagados que producen bienes para autoconsumo o empleados domésticos (OIT, 2013).

En 2022 la economía informal participó con 24.4 % del PIB nacional en valores corrientes y en 2021 la participación fue de 24 %, lo que representó un aumento de 0.4 puntos porcentuales, de acuerdo con los resultados preliminares de la Medición de la Economía Informal (MEI) del Sistema de cuentas nacionales de México (SCNM) que presentó Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (Proceso 2023b). Este indicador es el más alto registrado en 20 años, como se aprecia en la figura 2.

Figura 2. Porcentaje de la economía informal con relación al PIB en México 2003-2022



La suma de los porcentajes puede no coincidir con los totales debido al redondeo de cifras.

R/ Revisada.

P/ Preliminar.

Fuente: INEGI, SCNM, 2022.

¹ Los resultados numéricos en valores monetarios se encuentran calculados a los precios vigentes en cada año.

² Se compone de las unidades económicas constituidas por micronegocios que no cuentan con los registros legales básicos para operar.

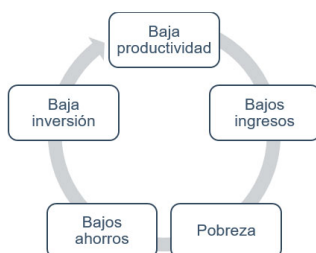
³ Se componen por los ingresos monetarios generados por los trabajadores en la agricultura —incluida la de subsistencia—, el servicio

La economía informal es un problema estructural de la economía mexicana, que representa el 24 % del Producto Interno Bruto. En el 2021, en pleno período de la crisis económica, más del 65 % de los empleos generados fueron por la economía informal. Posteriormente al descenso de la pandemia Covid-19, a finales del 2022, el 56,5 % de los puestos de trabajo (32.2 millones) se ubicaban en la informalidad, lo que significa que, de cada 10 trabajadores en México, 6 se ubicaban en este tipo de economía (Estatista Research Department, 2023).

En Oaxaca, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI en el 2022, la tasa de desempleo fue de 1.28 % y el porcentaje de pobreza fue de 41.9 %. De este universo, el 43.1 % (cerca de 1,762,800 personas) estaba en situación de pobreza moderada, mientras que el 23.3 % en situación de pobreza extrema (alrededor de 951,800 personas). El porcentaje de pobreza en Oaxaca es 24.4 puntos porcentuales mayor que el porcentaje nacional (INEGI-ENOE, 2022).

Como consecuencia de esta realidad, en Oaxaca, la economía informal ha alcanzado una tasa del 81.7 % del total de sus actividades económicas, considerándose una de las tasas más elevadas en el ámbito nacional. Este sector informal está conformado por el trabajo y los emprendimientos de microempresas familiares informales, que suelen tener de 1 a 10 trabajadores, abarcando diversos sectores como comercio, comida rápida, servicios de transporte, limpieza, venta de artesanías, entre otros. Esta opción desempeña un papel crucial para la población más vulnerable al proporcionarles ingresos destinados a cubrir las necesidades básicas de sus familias (INEGI-ENOE, 2022).

La persistencia de la economía informal, junto con su limitada productividad, contribuye a mantener a largo plazo un ciclo pernicioso de pobreza, como se ilustra en la figura 3. En este ciclo, la baja productividad de las microempresas genera a lo largo del tiempo una producción limitada, lo cual se traduce en una disminución de ventas e ingresos, condiciones de pobreza que, a su vez, restringen el ahorro e inversión. Este círculo vicioso resulta en un crecimiento económico insuficiente, perpetuando así la baja productividad, bajos ingresos y condiciones de pobreza. Para romper este ciclo, se requiere la formalización de las operaciones económicas y la inversión tanto en capital humano como tecnológico.

Figura 3. La baja productividad de las empresas informales y el círculo vicioso de la pobreza

Fuente: elaboración propia

Posterior a la pandemia, como en todo el país, en Oaxaca se crearon más oportunidades de empleo y eso llevó a que más de 4 mil oaxaqueños se incorporaran a trabajar en el sector informal. Este crecimiento pasó de 710,712 a 759,021 personas en ese período, estos datos revelan un incremento en la ocupación informal en el Estado, lo que significa que más personas están trabajando en unidades económicas (microempresas) con condiciones laborales vulnerables (Sánchez, 2023).

En un esfuerzo de enfrentar las limitaciones, exclusiones laborales y la economía informal que ha generado el sistema capitalista mundial, surgió el modelo de ESS en los Estados Unidos de América a finales del siglo IX y posteriormente en Europa a inicios del siglo XX, para después transitar a Latinoamérica y por supuesto a México. Este modelo busca abordar los desafíos como la desigualdad, la exclusión de empleos menos competitivos y la falta de participación democrática en la toma de decisiones de las organizaciones propias de la racionalidad del sistema capitalista. Para ello, este enfoque promueve la cooperación, la solidaridad y la sostenibilidad, en contraste con la competencia y el beneficio exclusivo que se asocian con el capitalismo neoliberal.

Este modelo tiene como objetivo principal asociar a trabajadores o microempresas que operan de manera informal, de forma individual y aislada, en organizaciones formales de índole social con propósitos económicos. La premisa fundamental es que, siguiendo el principio de “la unión hace la fuerza”, puedan participar de manera más digna y productiva en los mercados dominados por empresas capitalistas que buscan principalmente maximizar sus ganancias.

El modelo de la ESS no solo presenta el potencial de beneficiar a un grupo específico de trabajadores o microempresas informales en una comunidad o localidad oaxaqueña, sino que también puede concebirse como una herramienta para transformar la economía informal de todo un Estado, como es el caso de Oaxaca. Esto, claro está, requiere de un plan estratégico bien definido, voluntad política y los recursos necesarios para organizar a los micro-productores individuales en estructuras organizativas sociales y solidarias.

Metodología

Tipo de investigación

En virtud de que el tema ha sido muy poco estudiado en profundidad, para el caso del Estado de Oaxaca, se decidió hacer esta investigación de tipo exploratoria. La investigación exploratoria es el paso inicial en una serie de estudios diseñados para suministrar información en la toma de decisiones (Kerlinger, 2002).

Alcances y límites

Los alcances de esta investigación se pueden resumir en lo siguiente:

- a. Identificar temas emergentes aún no consolidados en la literatura actual.
- b. Generar ideas y explicaciones innovadoras sobre las potencialidades de la ESS como alternativa al capitalismo, susceptibles de ser evaluadas en investigaciones posteriores.
- c. Comprender los factores clave que facilitan o impiden el desarrollo del modelo ESS.
- d. Sentar las bases para investigaciones más específicas y detalladas sobre el tema.

Por otro lado, las limitaciones que se encontraron fueron:

- e. Enfoque restringido al análisis estratégico y diagnóstico de las potencialidades del modelo ESS en Oaxaca, identificando estrategias relevantes para mejorar su efectividad.
- f. Precisión limitada debido a su carácter de aproximación inicial al tema.
- g. Escasez de datos confiables y actualizados para un análisis exhaustivo.
- h. Dificultad para generalizar los resultados a todas las microempresas de Oaxaca, dada la muestra reducida y posiblemente no representativa.
- i. Naturaleza exploratoria que no permite conclusiones definitivas, sino una comprensión inicial y la identificación de direcciones futuras.

A pesar de estas limitaciones, la investigación exploratoria aporta un valor significativo al descubrir nuevas áreas de interés. Sirve como punto de partida esencial que debe complementarse con estudios más específicos y detallados para obtener conclusiones más sólidas y aplicables, profundizando en aspectos particulares del tema.

Enfoque

Esta investigación exploratoria se acompaña del enfoque de tipo cualitativo y del método inductivo, principalmente. Es importante la capacidad del enfoque cualitativo para abordar la complejidad y la riqueza de los fenómenos socioeconómicos en investigaciones exploratorias, proporcionando una base sólida para comprender y analizar aspectos clave de la realidad social y económica.

Diseño de la investigación

En este documento, el plan para alcanzar los objetivos de la investigación se presenta como un esquema que detalla las etapas definidas en el análisis estratégico. El objetivo principal de esta investigación es identificar estrategias efectivas para aprovechar las potencialidades de la ESS con el fin de abordar la economía informal y contrarrestar la baja productividad en el Estado de Oaxaca.

El análisis estratégico se define como un proceso exhaustivo de evaluación y comprensión de los factores internos y externos que impactan a una organización, con el objetivo de formular estrategias que le permitan alcanzar sus metas a largo plazo. Esta evaluación resulta fundamental para la planificación y toma de decisiones estratégicas, tanto para microempresas como para instituciones gubernamentales. Algunos aspectos clave de esta metodología son:

1. Análisis del entorno externo: esta fase implica la evaluación de oportunidades y amenazas que podrían afectar el potencial del modelo de la ESS. A nivel macro, se consideran aspectos como la situación económica, la intervención de los gobiernos federal y estatal, el entorno ambiental y, a nivel micro, las condiciones del mercado.
2. Análisis del entorno interno: aquí se evalúan las debilidades y fortalezas de los recursos, capacidades y competencias internas de las microempresas informales. Este análisis abarca la estructura organizativa, cultura, disposición para asociarse y participar solidariamente, así como los recursos humanos, financieros y tecnológicos.

Una vez recopilada la información y realizadas las evaluaciones pertinentes de los entornos, se procede al procesamiento de la información mediante el instrumento FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Análisis FODA

Para que el análisis FODA cumpla todas sus funciones, es necesario que todos los miembros de una organización se involucren para contar con diferentes puntos de vista sobre los asuntos de la organización para hacer un análisis estratégico (David, 2003).

Identificación de Estrategias

El análisis FODA proporciona la base de las estrategias al identificar áreas clave para mejorar o aprovechar, así como posibles desafíos a abordar. Una estrategia es un plan de acción para alcanzar un objetivo, en este caso, el objetivo a largo plazo es aprovechar las potencialidades del modelo de ESS.

Población y muestra

El ámbito de estudio que comprende esta investigación abarcaría la totalidad de trabajadores y microempresas informales en el Estado de Oaxaca. No obstante, dado el carácter exploratorio de este estudio, en lugar de buscar una representatividad estadística, se centra en obtener una comprensión cualitativa del fenómeno bajo investigación. Con este propósito, se delimitó el universo de estudio a las microempresas mezcaleras (de 1 a 10 trabajadores) ubicadas en la cabecera del municipio de Santiago Matatlán, Oaxaca.

Debido a la falta de estadísticas oficiales y de precisión en el sector privado, se realizó un recorrido en marzo de 2023 en la localidad, para identificar las microempresas productoras de mezcal. Este levantamiento permitió contabilizar un universo de 108 negocios. Dada la limitación de recursos disponibles para la investigación de campo, se optó por definir una muestra intencional, seleccionando únicamente a 57 establecimientos de microempresarios informales. A estos se les entrevistó y se les aplicó una guía de preguntas para captar sus potencialidades en la adopción del modelo de ESS durante el periodo de 2020-2023 (Figueroa, 2023).

Técnicas de recolección de datos

La selección de técnicas para la recolección de datos abarcó dos enfoques: el documental y el de campo:

1. Documental: esta fase involucró la consulta de bibliografía, documentos oficiales y estadísticas relacionadas con el tema. Las herramientas utilizadas para la recolección de datos incluyeron el acceso a bibliotecas, la búsqueda en internet y la visita a dependencias oficiales con el propósito de obtener información y estadísticas pertinentes.
2. Campo: en esta etapa, se llevó a cabo la visita a los 57 microproductores informales. Para la recolección de datos, se emplearon cuestionarios que contenían preguntas cerradas y abiertas para sondear sus opiniones sobre el tema. Además, se realizaron entrevistas en profundidad con informantes calificados, seleccionados por su experiencia y conocimiento en la actividad económica en cuestión.

Procesamiento de la Información

La información recopilada se orientó hacia el desarrollo de los antecedentes y la formulación de esta investigación. También se utilizó para respaldar el enfoque teórico y metodológico que sustenta el estudio, así como para describir las características generales de Santiago Matatlán, Oaxaca. Además, se aplicó el análisis estratégico de los micro productores informales de mezcal.

Resultados

El análisis FODA

Las fuerzas del entorno externo e interno que actúan favoreciendo y limitando las potencialidades del modelo de la ESS para combatir la informalidad y la baja productividad de las microempresas mezcaleras de Santiago Matatlán, Oaxaca se visualizan en la tabla 2.

Tabla 2. Análisis FODA

Debilidades	Amenazas
• Microempresas informales • Insuficiente apoyo de Programas del Gobierno • Falta de apoyo a los servicios públicos de salud, protección laboral y vivienda • Baja productividad y pobreza • La resistencia al cambio de una modernidad económica • Falta de conocimientos sobre el modelo de ESS • Falta de vinculación de los actores de la ESS • Contaminación ambiental	• Crisis económica, inflación y lenta reactivación • Incertidumbre de la política económica en México • Incertidumbre sobre apoyo al modelo de la ESS • La deficiente o nula vinculación entre los actores de la ESS • Dominio de empresas capitalistas • Efectos del cambio climático
Fortalezas	Oportunidades
• Recursos humanos y naturales • Usos y costumbres en la producción del mezcal • Participación social y apoyo comunitario • Interés en producción moderna, preservando lo tradicional • Flexibilidad y adaptación de las microempresas • Acceso a mercados regionales e internacionales	• Formalización de microempresas y acceso a servicios sociales • Programas de apoyo a las microempresas • Apoyo al Modelo de ESS • Créditos de banca privada y social • Avance Tecnológico para la agroindustria • Mercado de mezcal en crecimiento

Fuente: elaboración propia

Objetivo general del análisis estratégico

El objetivo central del análisis estratégico es examinar las posibilidades que ofrece el modelo de ESS para abordar el desafío de la economía informal en el Estado de Oaxaca. Este análisis, busca identificar tanto las fortalezas o potencialidades de las microempresas que podrían ser aprovechadas para capitalizar las oportunidades del entorno externo y adoptar el modelo de ESS, como también reconocer las debilidades de las microempresas informales que necesitan abordarse para enfrentar las amenazas presentes en el entorno externo. Asimismo, el análisis tiene como propósito principal la identificación de estrategias viables para potenciar las fortalezas y contrarrestar las debilidades, promoviendo así la adopción del modelo de ESS en Oaxaca.

Identificación de estrategias

En la siguiente Matriz de Estrategias, se destacarán cuatro tipos de enfoques estratégicos:

1. Estrategias Ofensivas (FO): estas estrategias se enfocan en capitalizar las Fortalezas o Potencialidades de las microempresas informales, alineándolas con las Oportunidades del entorno externo y del modelo de ESS.
2. Estrategias Adaptativas (DO): estas estrategias buscan abordar las Debilidades de las microempresas informales aprovechando las Oportunidades del entorno externo y del modelo de ESS.
3. Estrategias Defensivas (FA): estas estrategias tienen como objetivo proteger las Fortalezas o Potencialidades de las microempresas informales ante las Amenazas del entorno externo.
4. Estrategias de Supervivencia (DA): estas estrategias se centran en mitigar las Debilidades de las microempresas informales frente a las Amenazas del entorno externo.

Para representar estas conexiones de manera clara y precisa, nos basaremos en la tabla 3, la cual representa una extensión de la tabla 2. Su propósito es armonizar las fortalezas con las oportunidades y las amenazas con las

debilidades. Este enfoque permite contrastar y comparar factores externos e internos para obtener una visión integral y facilitar la identificación de estrategias ofensivas, adaptativas, defensivas y de supervivencia (Palacios, 2022).

Tabla 3. Estrategias

Fortalezas-F *Recursos humanos y naturales *Usos y costumbres en la producción del mezcal * - Participación social y apoyo comunitario *Interés en producción moderna, preservando lo tradicional *Capacidad de flexibilidad y adaptación *Acceso a mercados regionales e internacionales	Oportunidades-O *Formalización de microempresas *Apoyo público a microempresas * Apoyo al modelo de ESS *Crédito de banca privada y social *Avance tecnológico para la agroindustria *Mercado de mezcal en crecimiento *Servicios de seguridad social
Debilidades-D *Microempresas informales *Insuficiente apoyo del Gobierno *Falta de apoyo a los servicios públicos de salud, protección laboral y vivienda *Baja productividad y pobreza *La resistencia al cambio *Falta de conocimiento de modelo de ESS *Falta de vinculación de los actores de la ESS *Contaminación ambiental	Amenazas-A *Crisis económica, inflación y lenta reactivación *Incertidumbre de la política económica en México *Incertidumbre sobre apoyo al modelo de la ESS *La deficiente o nula vinculación entre los actores de la ESS *Dominio empresas capitalistas - Efectos del cambio climático
Estrategias DA (Supervivencia) * Promover la asociación de microempresas informales * Promover cursos de capacitación administrativa	
Estrategias FO (Ofensivas) * Fortalecer e impulsar el modelo de ESS en las microempresas informales mediante la creación del Instituto Oaxaqueño de ESS. * Promover la capacitación y concientización del modelo de ESS	
Estrategia FA (Defensivas) *Impulsar la vinculación de los actores de la ESS y el estudio de casos a impulsar	
Estrategias DO (Adaptativa) *Impulsar un mayor presupuesto a la política de ESS *Fortalecer con mayores recursos la vinculación de los actores de la ESS *Elaboración e implementación de planes de organizaciones de ESS	

Fuente: elaboración propia

Una vez que se han identificado las estrategias mediante la matriz anterior, y considerando la necesidad de organizarlas, se presenta a continuación un orden para su desarrollo. Se entiende que, para materializar el potencial de la ESS, es imperativo reunir las voluntades y recursos de los actores involucrados en este modelo de organización empresarial.

Estrategias para potenciar la Economía Social y Solidaria

- **Impulsar el fortalecimiento de la política de la ESS en Oaxaca** mediante la creación del Instituto Oaxaqueño de Economía Social y Solidaria (IOESS). Este instituto contaría con recursos económicos, humanos e infraestructurales provenientes de los gobiernos federal, estatal y municipal. Su función sería coordinar la aplicación de la Ley Federal de Economía Social y Solidaria en el Estado.
- **Fomentar la creación de una Comisión de Vinculación** que involucre a los tres sectores clave en la ESS: el sector público, representado por los tres niveles de gobierno y sus respectivas instituciones; el sector popular, que abarca a las microempresas informales en Oaxaca; y el sector educativo, con sus instituciones educativas e investigadores calificados. Esta comisión estaría orientada a brindar apoyo a las microempresas y trabajadores informales en la planificación y ejecución de proyectos para establecer organizaciones de ESS.
- **Apoyar la capacitación y concientización sobre el modelo de la ESS** entre los miembros de las asociaciones de microempresas informales mediante acuerdos de vinculación. El objetivo es sensibilizarlos y crear conciencia sobre las oportunidades que ofrece este modelo para mejorar su situación económica y social.
- **Promover la elaboración de proyectos para la formación de organizaciones de ESS** mediante un proceso participativo de planificación que incluya la participación de los tres sectores de la ESS.
- **Impulsar la ejecución de los proyectos de organizaciones de ESS** con la participación conjunta de los tres sectores involucrados: los gobiernos, las instituciones de educación superior e investigación, y las asociaciones de microempresarios.

Conclusiones

De esta investigación exploratoria, orientada a analizar estratégicamente el potencial del modelo de ESS para abordar la economía informal y la baja productividad en el Estado de Oaxaca, se desprenden los siguientes hallazgos:

- El contexto externo actual, caracterizado por la incertidumbre económica, la inflación y la recuperación gradual, junto con la reducción del respaldo gubernamental al modelo de ESS, plantea desafíos significativos para las microempresas informales.
- No obstante, el panorama interno sugiere que la arraigada tradición comunal y solidaria podría propiciar la adopción del modelo de ESS, siempre y cuando los microempresarios reciban la capacitación necesaria y el respaldo adecuado para su implementación.
- Se sugiere que tanto el Gobierno Estatal como el Federal, tomen conciencia de la importancia de fomentar la transición de las microempresas informales hacia empresas de la ESS. Esta medida podría abordar problemas profundamente arraigados que mantienen a la entidad en una dinámica económica desfavorable, contribuyendo así a la persistencia de la pobreza entre la población.
- En cuanto a las recomendaciones dirigidas a los microempresarios mezcaleros, se fundamentan en sus fortalezas, como su conocimiento experto del oficio. Se insta a aprovechar esta experiencia y comprensión del proceso de producción de mezcal como una ventaja competitiva. También se les anima a potenciar las redes comunitarias ya existentes, utilizando esta base para la formación de cooperativas o asociaciones, capitalizando la solidaridad y la confianza ya establecidas.
- Otra sugerencia clave es integrar la riqueza cultura y tradición en la identidad de la marca colectiva. Este enfoque puede diferenciar sus productos en el mercado y atraer a consumidores que valoran la autenticidad.
- Por último, se recomienda que aprovechen la agilidad y flexibilidad inherentes a las microempresas para adaptarse rápidamente a los cambios y aprovechar las oportunidades del mercado.

Referencias bibliográficas

AHS (2023). *La crisis según Albert Einstein*. Advanced Human Systems. <http://www.ahs.com.uy/LacrisissegunAlbertEinstein.pdf>

- Albarrán, E. (2023). *La pobreza en tiempos de la 4T*. El Sol de México. <https://www.elsoldemexico.com.mx/finanzas/la-pobreza-en-tiempos-de-la-4t-de-amlo-10772495.html>
- Coraggio, J.L. (2011) “*Economía Social y Solidaria. El Trabajo Antes Que El Capital*”. Edit.Abya-Yala Quito Ecuador 2011.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Esquivel, G. (2020). *Los impactos económicos de la pandemia en México*. Banxico. <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/articulos-y-otras-publicaciones/>
- Estatista Research Departament. (2023). *Tasa de informalidad laboral en México entre el cuarto trimestre de 2021 y el tercer trimestre de 2022, por entidad federativa*. <https://es.statista.com/temas/10285/sector-informal-y-mercado-laboralen-mexico/#topicOverview>
- Expansión. (2021). 10 golpes que el COVID dio a la economía mexicana durante 2020. *Revista Expansión*. <https://expansion.mx/economia/2021/02/28/10-golpes-que-covid-dio-economia-mexicana-durante-2020>
- Figueroa, L. (2023). *Hacia una racionalidad económica social y solidaria en microempresarios productores de mezcal de Santiago Matatlán, Oax. 2022-2024*. Avance de tesis. Maestría en Administración Instituto Tecnológico de Oaxaca.
- INEGI-ENOE. (2022). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación-Oaxaca*. INEGI, México. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoe/enoent/enoe_ie2022_08_Oax.pdf
- Kerlinger, F. (2002). *Investigación del Comportamiento: Técnicas y Metodología*. México: McGraw Hill.
- Morales, Y. (2023). Cinco estados reciben remesas superiores al 10% de su PIB. *Diario El Economista*. <https://www.eleconomista.com>.

mx/amp/sectorfinanciero/Cinco-estadosreciben-remesas-superiores-al-10-de-su-PIB

Negrete, R. (2010). *El empleo informal en México visto bajo el esquema conceptual OIT-Grupo de Delhi*. OIT-Grupo de Delhi, 2010. La informalidad Laboral en las entidades de México en el siglo XXI: posibles factores explicativos. https://rde.inegi.org.mx/wp-content/uploads/2021/04/RDE33_03.pdf

OIT. (2013). *Statistical update on employment in the informal economy*. Geneva, Department of Statistics, ILO, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/dgreports/stat/documents/presentation/wcms_157467.pdf

Palacios, D. (2022). *Qué es la matriz TOWS y cómo aplicarla a tu negocio*. <https://blog.hubspot.es/sales/matriztows#:~:text=La%20matriz%20TOWS%20o%20el,las%20amenazas%20con%20las%20debilidades>.

Proceso. (2023a). Sexenio de AMLO, el de más bajo crecimiento desde De la Madrid: Cepal. *Revista Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/economia/2023/10/9/sexenio-de-amlo-el-de-mas-bajo-crecimiento-desde-de-la-madrid-cepal>

Proceso (2023b). Economía informal participó con 24.4% del PIB en 2022; el más alto en los últimos 20 años. *Diario Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/economia/2023/12/18/economia-informalparticipo-con-244-del-pib-en-2022-el-mas-alto-en-los-ultimos-20-anos320590.html>

Sánchez S. (2023). *Ocupación Informal en Oaxaca*. Agencia Oaxaca. <https://agenciaoaxacamx.com/ocupacion-informal-en-oaxaca/>

Una mirada a la actividad artesanal de los pueblos indígenas a través de la Economía Social y Solidaria en una comunidad del Istmo, Oaxaca

Vicelia Girón-Laces¹, Jorge Antonio S. Acevedo-Martínez²,
Ana Luz Ramos-Soto³, Felisa Martha Ramos López⁴

Resumen

Los pueblos indígenas son aquellos grupos sociales y culturales distintos a la población predominante, que viven en situaciones de pobreza, vulnerabilidad y exclusión, por ello, se hace interesante el estudio de los aspectos económicos que se realizan en estas poblaciones. Por tal razón, la finalidad de este trabajo es analizar la actividad artesanal textil del pueblo zapoteca de Santa Rosa de Lima, Oaxaca, bajo la perspectiva de la Economía Social y Solidaria (ESS), a través de una metodología cualitativa de alcance explicativo. Dado que, en esta localidad, según visitas previas, el trabajo de la elaboración de trajes regionales se desarrolla a través de principios y valores locales, la hipótesis con la que se trabaja es que el desarrollo de la actividad artesanal textil se asemeja a las dinámicas de la ESS. En los resultados, se visualizan las particularidades en las que se desarrolla la actividad, el tiempo que conlleva la elaboración de trajes, los canales de comercialización, los valores que intervienen en el trabajo y la valoración que los artesanos le otorgan a la actividad y los trajes. Se concluye que las economías de las poblaciones indígenas son complejas y que no pueden ser analizadas bajo parámetros convencionales.

Palabras clave: actividad artesanal, pueblos indígenas, Economía Social y Solidaria

¹ Licenciada en Administración Turística, con Maestría en Ciencias en Desarrollo Regional Y Tecnológico. Actualmente estudiante de Doctorado en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico en el Tecnológico Nacional de México campus Oaxaca; correo: gironlaces@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0003-0765-658X>

² Doctor en Economía por la Universidad de Paris X-Nanterre; Profesor-investigador de tiempo completo del Tecnológico Nacional de México campus Oaxaca; correo: acevedoacad@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-5598-3214>

³ Doctora en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional; Profesora-investigadora de la Universidad "Benito Juárez" de Oaxaca; Coordinadora de la Agencia de Desarrollo Integral ADIS-UABJO en la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, México; correo: analuz_606@yahoo.com.mx; <https://orcid.org/0000-0001-8167-2631>

⁴ Licenciada en Contaduría Pública y Maestra en Administración; Tutor de la FCA UABJO e integrante de la Academia de Administración; correo: felisamartharamoslopez@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-6024-2231>

A look at the artisanal activity of indigenous peoples through the Social and Solidarity Economy in a community in the Isthmus, Oaxaca

Abstract

Indigenous peoples are social and cultural groups distinct from the predominant population, who live in conditions of poverty, vulnerability, and exclusion. Therefore, studying the economic aspects of these populations becomes particularly interesting. The purpose of this work is to analyze the textile artisanal activity of the Zapotec people of Santa Rosa de Lima, Oaxaca, from the perspective of the Social and Solidarity Economy (SSE), using a qualitative methodology with an explanatory scope. Based on previous visits to this locality, where the creation of regional garments is carried out through local principles and values, the working hypothesis is that the development of textile artisanal activity resembles the dynamics of the SSE. The results highlight the specificities of how this activity unfolds, the time required to make the garments, the marketing channels, the values involved in the work, and the importance artisans place on the activity and the garments. It is concluded that the economies of indigenous populations are complex and cannot be analyzed under conventional parameters.

Keywords: craft activity, indigenous peoples, Social and Solidarity Economy.

Introducción

Los pueblos indígenas son aquellos grupos sociales y culturales distintos a la población predominante, que conservan sus raíces ancestrales, sus sistemas sociales, legales y económicos (Banco Mundial, 2023; Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917; Naciones Unidas, 2004) estos aspectos representan su riqueza cultural. A pesar de esta importancia, se

contraponen la parte social, ya que la realidad de estos grupos es la pobreza y vulnerabilidad que han sufrido históricamente (CONEVAL, 2019).

Asimismo, se desvalorizan las prácticas que realizan, pese a la existencia de decretos como la *Ley de Derechos de los Pueblos y Comunidades Indígenas del Estado de Oaxaca* (2001), que promueven el respeto a su cultura y autonomía. Es bien sabido que estos pueblos rigen su vida comunitaria bajo principios y valores como el tequio, la solidaridad, el trabajo comunitario, la ayuda mutua y el servicio gratuito en el ejercicio de los cargos públicos (INPI, 2018). Estos rasgos reflejan la particularidad de comportamientos que contrastan con la actuación habitual de la sociedad en general, puesto que ellos actúan de acuerdo con sus propias cosmovisiones.

No obstante, estos principios y comportamientos también les han generado una discriminación ya que se le han catalogado como sociedades atrasadas (Dávalos, 2005). Razeto (2018) menciona que la población más vulnerable, sin especificar a los pueblos indígenas, es excluida de la economía y la sociedad misma por contar con menos recursos económicos, bajo nivel educativo, fuerza de trabajo menos calificada, por tener poco o nada para intercambiar en el mercado, así como por razones ideológicas, culturales, de salud, de edad, entre otras.

Bajo este panorama, se hace interesante el estudio de los aspectos económicos que se realizan en las poblaciones indígenas. Por tal razón, la finalidad de este trabajo es analizar la actividad artesanal textil del pueblo zapoteca de Santa Rosa de Lima, Oaxaca bajo la perspectiva de la ESS, a través de una metodología cualitativa de alcance explicativo. Dado que, en esta localidad, según visitas previas, el trabajo de la elaboración de trajes regionales se desarrolla a través de principios y valores locales. En consecuencia, la hipótesis con la que se trabaja es que el desarrollo de la actividad artesanal textil del pueblo zapoteca de Santa Rosa de Lima, Oaxaca se asemeja a las dinámicas de la ESS.

El capítulo está dividido en cuatro secciones. La primera se subdivide en cuatro apartados: comienza con un contexto general de la población indígena basado en datos de organismos oficiales, seguido de un análisis sobre la llegada de los zapotecas del Istmo a la región. En el segundo apartado, se presentan los datos sobre el lugar de estudio, Santa Rosa de Lima del mu-

nicipio de San Blas Atempa, Istmo, Oaxaca. El tercero aborda los conceptos relacionados con la actividad artesanal textil, así como una breve descripción del traje istmeño. Finalmente, el cuarto apartado detalla los aspectos generales de la ESS.

En la segunda sección se presenta la metodología empleada, seguida de los resultados, donde se describen las dimensiones de la actividad artesanal textil con relación a las cuatro dimensiones de la ESS. Se exponen las particularidades del desarrollo de la actividad, el tiempo que requiere la elaboración de los trajes, los canales de comercialización, los valores que influyen en el trabajo y la valoración que los artesanos otorgan a su labor y a los trajes. Por último, se presentan las conclusiones, donde se destaca que las economías de las poblaciones indígenas son complejas y no pueden ser analizadas bajo parámetros convencionales.

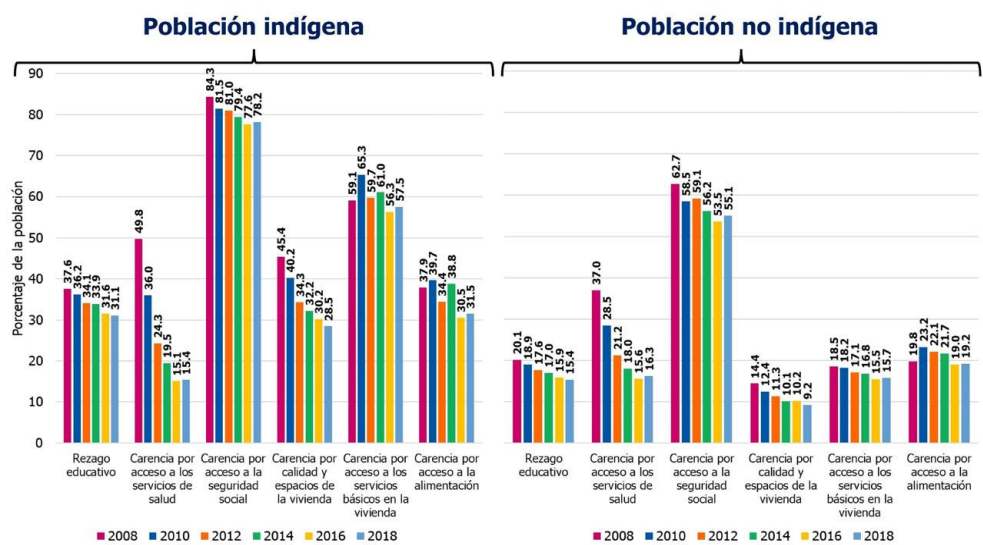
Marco de referencia

Breve descripción de los pueblos indígenas y los zapotecas del Istmo de Tehuantepec

En el ámbito mundial, los grupos indígenas constituyen el 6 % de la población, es decir, 476 millones de personas distribuidas en 90 países; su relevancia va más allá de lo cultural, ya que son fundamentales en la protección del 80 % de la biodiversidad del planeta (Banco Mundial, 2023). En México, hay 23.2 millones de personas de 3 años y más que se autoidentifican como indígenas, lo que representa el 4.87 % de la población indígena global (INEGI, 2022a). De este total, el 31.7 % habla una lengua indígena, lo que equivale a 7,364,645 personas (INEGI, 2020b).

Algunos datos significativos sobre los grupos indígenas en México revelan la existencia de una brecha de bienestar. Como se puede observar en la figura 1, el CONEVAL (2019) reporta que en 2018 el 69.5 % de la población indígena vivía en situación de pobreza y uno de cada cuatro se encontraba en pobreza extrema. Además, el 78.2 % carecía de seguridad social, el 57.5 % de las viviendas no contaba con servicios básicos, y el 40 % de la población tenía ingresos insuficientes para cubrir la canasta básica, porcentaje que aumentaba al 52.6 % en las localidades rurales.

Figura 1. Indicadores de carencia social 2008-2018



Fuente: Informe de la situación de pobreza en la población indígena de México 2008-2018, CONEVAL (2019).

Aunado a lo anterior, como se aprecia en la tabla 1, la *Encuesta Nacional sobre Discriminación (ENADIS)* realizada por el INEGI (2022b) revela que los principales problemas de la población indígena se concentran en la falta de servicios básicos, la falta de respeto a sus tradiciones usos y costumbres y la falta de empleo, entre otras, que refleja las duras circunstancias en las que viven estas sociedades.

Tabla 1. Principales problemáticas que enfrenta la población indígena de 12 años y más

Problemática principal	Población indígena de 12 años y más1	Sexo	
		Mujeres	Hombres
Estados Unidos Mexicanos	476 426	262 942	224 074
Falta de respeto a sus tradiciones, usos y costumbres	106 235	66 419	53 739
Falta de servicios básicos (luz, agua, caminos)	215 227	123 711	101 113
Que les quiten sus tierras	62 871	37 036	31 629
Que el gobierno o empresas exploten sus recursos naturales sin consultarles	56 794	34 777	33 300

Falta de reconocimiento a su autonomía como pueblo	52 022	30 240	33 209
Falta de apoyo para conservar la lengua indígena	89 620	53 873	44 783
Persecución y violencia a quienes defienden sus territorios y recursos	33 335	25 625	17 524
Otro	20 035	14 458	9 097

Fuente: INEGI. *Encuesta Nacional sobre Discriminación* (2022).

Por otra parte, entre los Estados de la República Mexicana con mayor población indígena se encuentran Campeche, Chiapas, Hidalgo, Quintana Roo, Yucatán y Oaxaca (INPI, 2018). En particular, Oaxaca registra 1,221,555 personas hablantes de lengua indígena (INEGI, 2020b), distribuidas en 16 etnias de las 68 existentes en el país. (INPI-INALI, s/f) Dentro de estas etnias, se encuentra al grupo zapoteco que se dividen en dos, los que habitan en la región de Valles Centrales y los del Istmo de Tehuantepec, quienes se abordan a continuación.

De acuerdo con Acosta (2007), la presencia de los zapotecas en el Istmo de Tehuantepec se remonta entre los años 700 y 800 d.C. Sin embargo, su visibilidad sobresalió hasta el Posclásico, entre los años 1200 d.C. y 1400 d.C. Ruiz (2011) señala que este grupo llegó a la región del Istmo desde Zaachila de Valles Centrales, derivado del destierro del señor Zaachila o Teozapotlan quien a su llegada desplazo a los huaves al litoral (Reina, 2019).

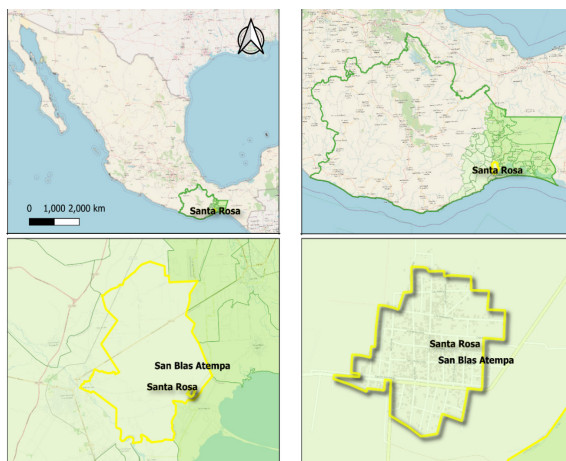
Su llegada estuvo envuelta en guerras que culminaron mediante un enlace matrimonial entre zapotecas y mexicas, Ahuitzotl y Cosijoeza (INPI, 2017). No obstante, años más tarde cuando el hijo de esta alianza, Cosijopij, fue nombrado rey, los españoles llegaron a la zona desplazando por un periodo a los zapotecas. Reina (2019) menciona que, en 1519 Hernán Cortés, quien había sido proclamado como Marqués del Valle, se apropió del territorio, pero en la época Colonial los zapotecas lograron recuperarlo por las prácticas de comercio y las relaciones productivas que generaron con los pueblos mixes, huaves, zoques y chontales.

En la actualidad, los zapotecas son el grupo indígena más numeroso en el Istmo de Tehuantepec, con presencia en 26 de los 41 municipios de la región. Según Acosta (2007), más del 70 % de los zapotecas se concentran en los municipios de Juchitán, San Blas Atempa, Unión Hidalgo, Asunción Ixtaltepec, Ciudad Ixtepec, Santa María Xadani y Santo Domingo Tehuantepec.

Generalidades de la agencia de Santa Rosa de Lima, Istmo, Oaxaca

En la figura 2, se muestra la localización geográfica de Santa Rosa, agencia del municipio de San Blas Atempa, ubicada en el Distrito de Tehuantepec, región del Istmo del Estado de Oaxaca. Se encuentra cerca del municipio de Santa María Xadani y de la Agencia de Álvaro Obregón perteneciente al municipio de Juchitán de Zaragoza. De acuerdo con las claves del INEGI, la población tiene el nombre de Santa Rosa, pero es conocida como Santa Rosa de Lima en honor a la Santa del mismo nombre que se celebra el día 30 de agosto de cada año.

Figura 2. Micro y macro localización de la agencia de Santa Rosa del municipio de San Blas Atempa, Istmo, Oaxaca



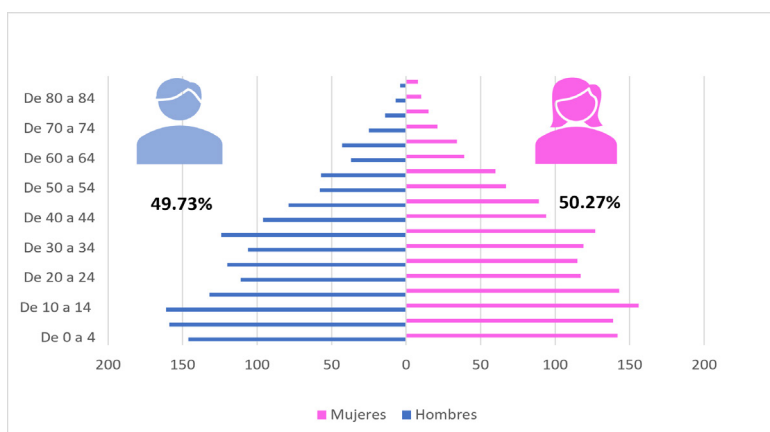
Fuente: elaboración propia

La agencia de Santa Rosa de Lima pertenece a un municipio con pobreza, ya que el 68.7 % de la población de San Blas Atempa vive en esta situación (CONEVAL, 2020). Por su parte, la CONAPO (2021) cataloga a la localidad con una marginación alta. La población asciende a 2, 974 (CONAPO, 2020), lo que representa el 18.14 % de la población municipal (16,389 habitantes de San Blas Atempa) (INEGI, 2020b).

En la figura 3, se muestra la pirámide poblacional de Santa Rosa de Lima. Las mujeres representan el 50.27 % y los hombres el 49.73 % (INEGI,

2020b), el mayor número de personas se encuentra en el rango de edad de 0 a 14 años con 317 personas, seguido de los de 5 a 9 años con 298 personas y con 288 los de 0 a 4 años, es decir, la población mayoritaria son niños y adolescentes.

Figura 3. Pirámide de población de Santa Rosa de Lima



Fuente: Censo de Población Vivienda, INEGI (2020b).

Respecto a la Población Económicamente Activa (PEA), el INEGI (2020b) contabilizó a 1,768 personas, de los cuales 848 fueron mujeres y 920 hombres. Mientras que la población no económica activa fueron 486 personas, 297 del sexo femenino y 189 del sexo masculino. Asimismo, este organismo gubernamental (INEGI, 2020a) reporta que las actividades realizadas en la comunidad son el cultivo de producto para la venta y consumo familiar, cría de animales para venta y consumo familiar, pesca y caza de animales, elaboración de artesanías para venta y autoconsumo. Se reporta como la principal actividad económica la crianza de animales, principalmente el ganado bovino.

Con relación a la educación, el INEGI (2020b) informa que el grado promedio es de 5.17 años y la escolaridad se desagrega de la siguiente forma: 587 personas mayores de 8 años son analfabetas, 426 cuentan con primaria incompleta, 526 con primaria completa, 145 tienen secundaria incompleta, 361 con secundaria completa y 125 con algún grado de bachillerato.

En cuanto a la lengua, de acuerdo con las visitas de campo, fue posible escuchar que la comunicación se realiza a través de la lengua zapoteca. Los datos del INEGI (2020b) respaldan este hecho, ya que esta institución reporta que el 90.55 % de la población, es decir, 2,693 personas de tres años y más hablan una lengua indígena. Por último, es importante mencionar que la agencia de Santa Rosa de Lima se caracteriza por ser una población en la que se tejen y bordan los trajes regionales que representan al Istmo de Tehuantepec, actividad que es el eje central de este escrito.

La actividad artesanal textil: el traje istmeño

Para comenzar es importante conocer el significado de cada una de las palabras que integran la expresión “actividad artesanal”. La Real Academia Española (RAE) (2022) define actividad como al conjunto de operaciones o tareas que realiza una persona o entidad, mientras que artesanal, se refiere a un artesano o artesanía. Ahora bien, artesano alude a la persona que realiza un oficio principalmente manual y que imprime su sello personal en los objetos que realiza. Por su parte, la palabra artesanía hace alusión al arte u obra del artesano. Por lo tanto, la actividad artesanal se concibe como un oficio que realizan los artesanos a través de la práctica manual para la obtención de objetos llamados artesanías.

De acuerdo con Benítez (2009), el trabajo artesanal fue una de las primeras formas de producción del hombre, que representaba a su vez una actividad material y espiritual a su vez. En México, la actividad artesanal se remonta desde la época prehispánica, realizada en las diversas áreas Aridoamérica, Oasisamérica y Mesoamérica, siendo esta última región la que actualmente concentra el mayor número de localidades productoras (Correa et al., 2018).

De los hechos importantes relacionados con la actividad artesanal se destacan los cambios generados en la época de la Nueva España. Correa et al. (2018) menciona la extinción de conocimientos tradicionales; la incorporación y mezcla de técnicas, materiales, diseños, tecnología y elementos culturales; la competencia de artesanos indígenas y españoles y la creación de gremios para la protección de los intereses de los artesanos. Una de las características que sobresalen de la actividad artesanal es la carga idiosin-

crática relacionado con el modo de vida y de trabajo propias del lugar en el que se desarrolla (Cisneros, 2013). Asimismo, se vincula principalmente al sector informal e independencia de los artesanos (FONART, 2020).

Con relación a los artesanos y la forma de organización, la FONART (2020) indica que las más comunes son las cooperativas, uniones, asociaciones civiles, comités, talleres familiares y la constitución en actas de asamblea validadas por la autoridad local y/o municipal. Se puede decir que la organización más común es el taller familiar, que se define como el espacio donde trabajan exclusivamente los cónyuges y los descendientes (Acuerdo por el que se da a conocer el procedimiento para el registro de los talleres familiares ante la Secretaría de Economía, 2011).

No obstante, también se da la existencia de los talleres laborales que están integrados por otros miembros sin relación de parentesco. Razeto (2018) las define como aquellas unidades económicas para la producción y comercialización integrados por un número pequeño de trabajadores, quienes pueden trabajar de manera permanente, a tiempo parcial u ocasional.

Por otra parte, las artesanías, productos derivados de esta actividad, se caracterizan por estar elaboradas principalmente a mano a través de diversas técnicas tradicionales que conforman el patrimonio cultural (Etienne-Nugue, 2009), puesto que los artesanos imprimen valores simbólicos e ideológicos de la cultura local (FONART, 2015). Sin embargo, Benítez (2009) afirma que la artesanía no solo se limita a ser un objeto, sino una actividad compleja que integra lo económico, lo técnico, lo productivo, lo comercial, lo social, el estético y lo cultural.

Respecto a la actividad artesanal textil, que se refiere al trabajo basado en hilos y tejidos. Vela et al.(2014) señala que la producción textil es uno de los aspectos más significativos del patrimonio que muestra la diversidad cultural, en vista de que cada territorio cuenta con sus propias técnicas, materiales, tipo de piezas y mensaje que transmite en sus decoraciones, agrega que solo en Oaxaca se calcula la existencia de 300 trajes distintos.

El traje istmeño conforma una de las vestimentas regionales más atractivas de la República Mexicana (Reina, 2019). De acuerdo con Henestrosa (1992), este traje es una amalgama de la indumentaria india y de proceden-

cia extraña. Ya que este también recibió influencias, como la integración de diseños y materiales, principalmente a partir del desarrollo del comercio con Europa (Acevedo & Ramírez, 2009).

En la actualidad, el traje istmeño está compuesto por un huipil y una falda. Reina (2019) lo describe de la siguiente manera: el huipil es una blusa corta hecha de una tela doblada y cosida por los costados, dejando espacio para la cabeza y las manos. Las faldas, también llamadas “rabonas” o “enaguas”, varían según su uso. Las faldas elaboradas con tela de satín o terciopelo se utilizan para las fiestas, mientras que las de tela de algodón son usadas para el trabajo diario. Además, se elaboran a partir de las técnicas de bordado con aguja de mano, bordado con máquina de cadenilla y tejido con ganchillo.

Rosenzweig (2007) describe estas técnicas de la siguiente manera: el bordado a mano es una técnica que los zapotecas del Istmo han perfeccionado notablemente. En cuanto al bordado con ganchillo, cuyo origen es desconocido, se realiza utilizando un gancho de crochet para perforar la tela y pasar el hilo de bordar a través de ella. Estas dos técnicas iniciales se llevan a cabo sobre un bastidor y se caracterizan por el contraste de colores, empleando hasta cinco matices y degradaciones en cada motivo floral u hoja. Por otro lado, la técnica de la máquina de cadenilla utiliza una herramienta tecnológica que permite crear diseños complejos y geométricos.

En resumen, la actividad artesanal es un oficio complejo que involucra lo económico, lo técnico, lo productivo, lo comercial, lo social, lo estético y lo cultural, desarrollado por personas denominadas artesanos, quienes se organizan principalmente en talleres. Dentro de las categorías de este tipo de actividades se integran los textiles, relacionado con el trabajo de hilos y tejidos, como la elaboración de vestimentas tradicionales.

Aspectos principales de la Economía Social y Solidaria

La ESS es una corriente teórica y política de la economía sustantiva de Karl Polanyi (Coraggio, 2016). El Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) (2021) la define como el conjunto de iniciativas socioeconómicas y culturales que se fundamenta en el cambio de paradigma, ya que esta se

basa en el trabajo colaborativo de las personas y la propiedad colectiva de los bienes.

De acuerdo con Coraggio (2020), la ESS es un modo diferente de hacer economía, desde la sociedad y el Estado, centrada en lazos solidarios, cuya organización se basa en la asociatividad y la cooperación para la producción, distribución, circulación y consumo de bienes. De ahí que esta corriente cuestione al orden económico predominante que produce y reproduce el incremento de las desigualdades, el empobrecimiento y la marginalización de los diversos sectores sociales, así como la degradación ambiental como consecuencias de la búsqueda de apropiación y ganancia (Wanderley, 2015).

El origen de la ESS está relacionado con los grupos asociativos y solidarios surgidos en Europa durante los siglos XIX y XX (Laville, 2005, 2015; Oulhaj, 2015), con gran vínculo en las corrientes ideológicas del social cristianismo, el socialismo y el anarquismo. Cabe mencionar que, en dicho comienzo, los términos que integran el término de la ESS se dieron de manera separada. Razón por la cual Pérez de Mendiguren y Etxezarreta (2015) consideran a la ESS como un concepto amalgama que conjunta estos conceptos.

Monzón y Chaves (2012) señalan que la Economía Social surgió en Gran Bretaña a finales del siglo XVIII y principios del XIX al darse los primeros indicios del cooperativismo, mientras que la Economía Solidaria se remonta en Francia y en algunos países Latinoamericanos durante el último cuarto de siglo XIX. Este último surge como una propuesta ante las problemáticas sociales y económicas, tales como la marginalidad, la precarización del trabajo, el retroceso de los derechos sociales y la pérdida de mecanismos de protección social (Farah, 2016). Cabe mencionar la existencia de un concepto adicional que forma parte de la ESS conocido como Tercer Sector, cuyo término se vincula a las ideas filantrópicas y caritativas de la sociedad inglesa del siglo XIX (Monzón, 2009).

Se reconocen tres corrientes de la ESS, la europea, la anglosajona y la latinoamericana, las cuales cuentan con características distintas, pero que convergen en ciertas ideas. En la primera el uso del término de Economía Social hace referencia al conjunto de empresas privadas organizadas formalmente, con autonomía y procesos democráticos para la toma de decisiones (Monzón

y Chaves, 2012) cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades de los socios y no la generación de ganancia (Oulhaj, 2015).

Por su parte, la corriente anglosajona alude a las asociaciones sin fines de lucro, que incluye a los subsectores de la economía caritativa, el sector del trabajo voluntario y las ONGs (Guerra, 2020), el concepto usado en esta corriente es Tercer Sector que se emplea como sinónimo de Economía Social en Europa Continental y en algunas regiones de América y África (Monzón, 2009). Por último, el tercer enfoque se caracteriza por hacer uso de diferentes denominaciones como la economía popular, economía del trabajo y economía solidaria para incluir la diversidad de sectores que no pueden ser analizados bajo los paradigmas convencionales (Guerra, 2010).

Las dimensiones de la ESS son cuatro: la primera es la económica, que implica la participación de los integrantes del grupo en la producción, distribución y comercialización para satisfacer las necesidades de los integrantes. La segunda es la dimensión social, compuesta por las capacidades de iniciativa y creatividad, el aprendizaje, el trabajo cooperativo, la confianza mutua, los compromisos y los valores (Coraggio, 2016). La tercera es la política, que se refiere a la participación de los miembros para la toma de decisiones (Coraggio, 2011). Y la cuarta, la ideológica-cultural, propuesta por Razeto (2018) para la economía popular de solidaridad.

En resumen, la ESS es una corriente que se enfoca en el análisis de aquellos sectores económicos que operan bajo principios de colaboración y solidaridad, orientados hacia el bien común. Esta perspectiva abarca cuatro dimensiones fundamentales la económica, la social, la política, y la ideológico-cultural.

Metodología

La metodología utilizada es de enfoque cualitativo y de alcance es explicativo, dada la finalidad del estudio, la cual se traduce en analizar el desarrollo de la actividad artesanal textil del pueblo zapoteca de Santa Rosa de Lima, Oaxaca bajo la perspectiva de la ESS, ya que, bajo este tipo de enfoque se pretende reconstruir la realidad, descubrirla e interpretarla (Ñaupas,

2018) a través de la práctica real *in situ* en el que se encuentra el individuo, para investigar sus experiencias internas, el lenguaje, los significados culturales y las formas de interacción social (Vasilachis de Gialdino, 2006).

Para el desarrollo de este estudio, se hizo uso de las fuentes básicas para obtener la información cualitativa: la entrevista semiestructurada, la cual requiere la interacción activa entre el investigador y el informante; la observación, caracterizada por una interacción pasiva; los documentos existentes y los artefactos, es decir, los datos que se generan a partir de los materiales audiovisuales (Creswell & Poth, 2018).

El muestreo utilizado fue de tipo no probabilístico utilizando la técnica bola de nieve, que consiste en la elección de los primeros participantes por parte del investigador y posteriormente se eligen por recomendación de los entrevistados. La unidad de análisis fueron los talleres artesanales de la agencia de Santa Rosa de Lima del municipio de San Blas Atempa, Oaxaca. Cabe mencionar que de acuerdo con la entrevista con el agente municipal no existe un censo de talleres.

Se realizaron seis entrevistas en los talleres y se integraron las observaciones del trabajo de campo, de esta manera se integraron en categorías los elementos de la actividad artesanal bajo las dimensiones de la ESS, tal y como se muestra en la tabla 2:

Tabla 2. Categorías determinadas para el análisis de la actividad artesanal bajo la perspectiva de la ESS

Elementos de la actividad artesanal	Dimensión de la ESS	Descripción de la dimensión	Categorías determinadas
Económico Productivo Comercial	Dimensión económica	Hace referencia a las formas en las que los artesanos desarrollan su actividad artesanal, desde la elaboración de sus trajes regionales y la manera en la que comercializan sus prendas.	Recursos humanos Recursos materiales Recursos monetarios Tiempo Producción Comercialización
Social Técnicos	Dimensión social	Es aquella que establece las relaciones sociales que permiten generar interacción con los miembros del taller, y el desarrollo de habilidades y la práctica de valores propios de la cultura.	Valores Conocimientos Creatividad

	Dimensión política	Establece la participación democrática de los integrantes de los talleres con relación a la toma de decisiones	Participación en la toma de decisiones y resolución de conflictos. Participación para la organización del taller
Estético Cultural	Dimensión ideológica-cultural	Establece su forma de percibir el mundo y su identidad	Valoración de la actividad Valoración de los trajes

Fuente: elaboración propia con base en Benítez (2009); Coraggio (2011, 2016) y Razeto (2018).

Resultados

La actividad artesanal textil es uno de los elementos significativos de la comunidad de Santa Rosa de Lima, en el que existe la participación de tres géneros, los hombres, mujeres y “muxes”, a diferencia de otras zonas del Istmo en el que la actividad de bordar o tejer está destinado específicamente a las mujeres. Los talleres existentes en la localidad son pequeños, ubicados dentro de la misma unidad doméstica, no cuentan con un registro comercial formal y operan de manera empírica, es decir, no cuentan con manuales como lo haría una empresa constituida.

En la dimensión económica se encontró que el taller está integrado por un número reducido de miembros, algunos son unipersonales, pero también están aquellos de dos, tres o cuatro personas con relación de parentesco o sin relación sanguínea. Los materiales con los que cuentan para el desarrollo de esta actividad es el bastidor o máquina de cadenilla, según la técnica que se elabore, aunque principalmente se encuentra el primero, ya que la localidad es reconocida por el bordado con aguja de mano.

El tiempo de producción es tardado, un traje completo, constituido por un huipil y una enagua, se elabora entre 3 o 4 meses, por lo que el nivel de producción es bajo, ya que en un año solo pueden producir entre 3 o 4 trajes. En la actualidad, el precio de estos trajes oscila entre 30,000 y 35,000 pesos. El precio está determinado por la técnica utilizada, bordado a mano, tejido con ganchillo o bordado con máquina de cadenilla, y el costo de los materiales que, de acuerdo con la información proporcionada, conlleva una inversión entre 4, 000 a 8,000 por cada traje.

En cuanto la comercialización, los artesanos refieren que los pedidos son el principal medio para la producción y la comercialización, con el anticipo se garantiza la adquisición de materiales y la certeza de la compra. De lo contrario, se ofertan cuando los clientes acuden a la localidad en busca de un traje o se trasladan a los mercados de Tehuantepec o Juchitán para venderlos en los locales comerciales, quienes revenden la vestimenta.

La repartición de las ganancias obtenidas de la venta de los trajes se realiza en partes iguales entre todos los miembros que participaron en su elaboración. Esto se lleva a cabo sin importar si los participantes son familiares, ya que esta acción se basa únicamente en el trabajo realizado. Los artesanos enfatizan que cada uno de ellos tiene sus propios gastos, por lo que el reparto equitativo es fundamental.

En la dimensión social, se detectaron los valores como la confianza, el respeto y la responsabilidad con los que trabajan los artesanos, puesto que muchas veces al elaborar un traje bajo la técnica de bordado a mano o tejido con ganchillo, los artesanos trabajan en un mismo bastidor, por lo que se hace necesario que las puntadas sean lo más parecido posible. De hecho, este es un aspecto que se considera al integrar a un miembro al taller.

Un dato relevante, es la ayuda mutua que existe entre los artesanos, no solo con los que ya forman parte del taller, sino con aquellos que cuentan con menores oportunidades, quienes buscan empleo en estos espacios de trabajo para poder subsistir. Una de las artesanas entrevistadas comentó que existen ocasiones en la que se da trabajo sin requerir manos adicionales para la producción, sino por ayudar a sus semejantes. Por esta razón, en los talleres se emplean a artesanos para bordar por flores con una remuneración de \$150 o 400 por cada una.

Otro aspecto relacionado con estas ayudas se evidencia en el otorgamiento de las piezas (huipil y enagua) a otros artesanos para que lo realicen en su domicilio, indicándoles solo la fecha de entrega. Algunas veces, al artesano, recepcionista del pedido, funciona como intermediario obteniendo una pequeña ganancia, pero en otras, el monto total de la venta del traje se le asigna de manera íntegra al artesano que realizó el bordado. Asimismo, existen artesanos que ayudan a otros talleres de sus familiares con el dibujo o

bordado, sin recibir pago alguno, lo realizan solo por el cariño y la relación que tienen con ellos.

Por otra parte, con relación a los conocimientos que se tienen en el taller, los artesanos mencionan que fueron obtenidos por los familiares y que son importantes para identificar las características de los trajes. Por ejemplo, el traje de las juchitecas se reconoce por su diseño de flores y hojas grandes que se bordan completamente, mientras que las de Tehuantepec, son flores más pequeñas y las hojas se bordan solo al contorno.

También, es importante mencionar que los artesanos visualizan otras oportunidades para ofrecer sus bordados, optando por integrar los diseños en vestidos, blusas y guayaberas. Con la finalidad de brindar otras prendas con menor precio que les permita obtener de manera más inmediata el recurso monetario.

Con relación a la dimensión política, que abarca la participación en la toma de decisiones y resolución de conflictos. En términos generales, los artesanos indican que existe buena comunicación entre ellos, lo que les permite llegar a acuerdos y resolver los problemas, aunque estos últimos son escasos.

Por último, la dimensión ideológica-cultural se abordó la valoración de la actividad y de los trajes. Entre las razones citadas por los informantes para dedicarse a la actividad artesanal del bordado y tejido se encuentra la flexibilidad de tiempo que les permite realizar otras actividades. Esto puede interpretarse como una forma de autonomía para los artesanos, ya que tienen control sobre su tiempo y pueden organizar y priorizar sus actividades diarias según sus necesidades. Agregan que, se sienten satisfechos del trabajo realizado, se sienten orgullosos al terminar y ver lucir el traje que los representa.

Conclusiones

Es evidente que las economías tienen particularidades, por lo que no todas pueden analizarse bajo los parámetros de solo rentabilidad, dado que

existen aquellas que buscan equiparar lo social y económico, ya que no buscan únicamente la generación de ganancia y el beneficio propio. Este tipo de dinámicas, como la que se desarrolla en la agencia de Santa Rosa de Lima del municipio de San Blas Atempa, de la región del Istmo de Tehuantepec, permiten observar que las economías de los pueblos indígenas son complejas y abren una oportunidad para estudiar a estas sociedades sin limitarse solo al análisis cultural.

Si bien, en la comunidad no existen cooperativas como tal u organizaciones formalmente constituidas, los talleres existentes operan bajo redes de apoyo y principios solidarios para el beneficio común sin la primicia de la riqueza, cumpliendo con las características que promueve la ESS. En este sentido, se comprueba la hipótesis planteada: el desarrollo de la actividad artesanal textil del pueblo zapoteca de Santa Rosa de Lima, Oaxaca se asemeja a las dinámicas de la ESS.

En consecuencia, se cumple con el objetivo establecido, dado que se identifican claramente cada una de las cuatro dimensiones de la perspectiva de la ESS en la actividad artesanal textil del lugar de estudio. En la dimensión económica sobresalen el trabajo en conjunto y el reparto de ganancias equitativas, pero con limitaciones en la producción por el tiempo que conlleva la elaboración de cada traje.

En el aspecto social, predominan los valores para el desarrollo de la actividad artesanal, se podría decir que existe armonía en el espacio trabajo, entre los miembros del taller y con los artesanos externos. En el ámbito político, se reconoce la facilidad para la toma de decisiones centrados en la buena comunicación. En la dimensión ideológica cultural, la valoración tanto de su actividad y el traje, por un lado, la flexibilidad de tiempo y por otro la satisfacción personal relacionado con su cultura.

Finalmente, la actividad artesanal textil, específicamente el bordado y tejido de trajes regionales istmeños bajo la perspectiva de la ESS, muestra que lo social y lo económico no pueden estar separados, que los valores locales intervienen en la operación de las actividades que influyen en la toma de decisiones, la contratación de otros artesanos, la relación con los mismos y la asignación de las ganancias.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, M. L., & Ramírez, E. E. (2009). *La cultura Zapoteca. Una cultura Viva* (UNITSMO, Ed.).
- Acosta, E. (2007). *Zapotecos del Istmo de Tehuantepec* (Primera). CDI. <http://www.cdi.gob.mx>
- Acuerdo por el que se da a conocer el procedimiento para el Registro de los Talleres Familiares ante la Secretaría de Economía (2011). https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5189617&fecha=17/05/2011#gsc.tab=0
- Banco Mundial. (2023). *Entendiendo la pobreza. Pueblos indígenas*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/indigenouspeoples>
- Benítez, S. (2009). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista Cultura y Desarrollo*, 6, 3–19.
- Cisneros, R. (2013). Entre la utilidad y la belleza. En F. J. Sales (Ed.), *Las artesanías de México. Situación actual y retos* (pp. 31–36). Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública.
- CONAPO. (2020). *Índice de marginación por localidad*.
- CONAPO. (2021, octubre 4). *Índices de marginación 2020. [Base de datos en línea]*. https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http%3A%2F%2Fwww.conapo.gob.mx%2Fwork%2Fmodels%2FCONAPO%2FMarginacion%2FDatos_Abiertos%2FMunicipio%2FIMM_2020.xls&wdOrigin=BROWSELINK
- CONEVAL. (2019). *La pobreza en la población indígena de México, 2008 - 2018*. https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Documents/Pobreza_Poblacion_indigena_2008-2018.pdf
- CONEVAL. (2020). *Concentrado indicadores de pobreza 2020*.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Art. 2 (1917).

Coraggio, J. L. (2011). El papel de la Economía Social y Solidaria en la estrategia de inclusión social. *Decisio*, 23–31.

Coraggio, J. L. (2016). La Economía Social y Solidaria (ESS): Niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En C. Puig (Ed.), *Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas* (pp. 15–39). Universidad del País Vasco/ HEGOIA.

Coraggio, J. L. (2020). *Economía Social y Economía Popular: Conceptos básicos*.

Correa, O., Propin, E., & Navarro, A. (2018). Acontecimientos socioeconómicos ligados con la actividad artesanal en México: Una propuesta de periodización histórico-geográfica. *Papeles de geografía*, 64, 43–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.6018/geografia/2018/324581>

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design. Choosing Among Five Approaches* (4a ed.). SAGE.

Dávalos, P. (2005). Movimientos indígenas en América Latina: el derecho a la palabra. En P. Dávalos (Ed.), *Pueblos Indígenas, Estado y democracia* (pp. 17–33). CLACSO.

Etienne-Nugue, J. (2009). *Háblame de la artesanía*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000181443>

Farah, I. (2016). Economía feminista y economía solidaria: ¿alternativa al patriarcado? En C. Puig (Ed.), *Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas* (pp. 85–105). Universidad del País Vasco/HEGOIA.

FONART. (2015). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*.

FONART. (2020). *Diagnóstico situacional del sector artesanal en México durante el periodo de la pandemia por el COVID-19*. <https://www.gob.mx/fonart/documentos/diagnostico-situacional-del-sector-artesanal-en-mexico-durante-el-periodo-de-la-pandemia-por-el-covid19>

- Guerra, P. (2010). La economía solidaria en Latinoamérica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 110, 67–76.
- Guerra, P. (2020). De la Economía Social y la economía solidaria a las economías transformadoras: antecedentes en la construcción teórica de un tercer sector de la economía. En *Documento de Trabajo No. 19*.
- Henestrosa, A. (1992). La tehuana: oro, coral y bambú. En *Del Istmo y sus mujeres. Tehuanas en el arte mexicano* (pp. 19–23). Edicar.
- INAES. (2021). *¿A qué nos referimos cuando hablamos de Economía Social?* <https://www.gob.mx/inaes/articulos/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-economia-social?idiom=es>
- INEGI. (2020a). *México en cifras*. Santa Rosa, Heroica Villa de San Blas Atempa, Oaxaca (201240017). <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=201240017#collapse-Resumen>
- INEGI. (2020b). *Subsistema de Información Demográfica y Social*. Censo de Población y Vivienda 2020. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- INEGI. (2022a). *Comunicado de prensa núm. 430/2. Estadísticas a propósito del día internacional de los pueblos indígenas*.
- INEGI. (2022b). *Subsistema de Información de Gobierno, Seguridad Pública e Impartición de Justicia*. Encuesta Nacional sobre Discriminación (ENADIS). <https://www.inegi.org.mx/programas/enadis/2022/#tabulados>
- INPI. (2017). *Etnografía del pueblo zapoteco del Istmo de Tehuantepec (Binnizá)*.
- INPI. (2018). *Programa especial de los pueblos indígenas 2018-2024*. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/423227/Programa-Nacional-de-los-Pueblos-Indigenas-2018-2024.pdf>
- INPI-INALI. (s/f). *Atlas de los pueblos indígenas en México*. Distribución por entidad federativa. Recuperado el 25 de octubre de 2023, de <http://atlas.inpi.gob.mx/distribucion-por-entidad-federativa/>

- Laville, J.-L. (2005). *Economía Solidaria, Economía Social, Tercer Sector: Las apuestas Europeas*. Biblioteca Virtual TOP sobre Gestión Pública.
- Laville, J.-L. (2015). Social and Solidarity Economy in historical perspective. En P. Utting (Ed.), *Social and Solidarity Economy. Beyond the fringe* (pp. 41–56). Zen Books. <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=Rv40EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=social+and+solidarity+economy+beyond&ots=4WLiYDvr5R&sig=vNXyx3E-0irENkWP6GH2NG-bl1cA#v=onepage&q&f=false>
- Ley de Derechos de los pueblos y comunidades indígenas del Estado de Oaxaca (2001).
- Monzón, J. L. (2009). Tercer Sector: delimitaciones conceptuales y dimensión ocupacional. *Panorama Social*, 9, 38–46.
- Monzón, J. L., & Chaves, R. (2012). *La Economía Social en la Unión Europea*.
- Naciones Unidas. (2004, enero). *El concepto de pueblos indígenas*. https://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/workshop_data_background_es.htm
- Ñaupas, H. (2018). La investigación científica. En *Metodología de la investigación. Cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis* (5a ed., pp. 123–168). Ediciones de la U.
- Oulhaj, L. (2015). La economía popular y la Economía Social en México. *Revista Rúbricas*, 6, 23–29.
- Pérez de Mendiguren, J. C., & Etxezarreta, E. (2015). Sobre el concepto de Economía Social y Solidaria: Aproximaciones desde Europa y América Latina. *Revista de Economía Mundial*, 40, 123–143.
- RAE. (2022). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es>
- Razeto, L. (2018). *Economía Popular de Solidaridad. Identidad y proyecto en una visión integradora* (Tercera). Univérsitas Nueva Civilización.

- Reina, L. (2019). *Historia del Istmo de Tehuantepec. Dinámica del cambio sociocultural, siglo XIX* (ebook). Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Rosenzweig, D. (2007). *El ropero de Frida. Zweing*.
- Ruíz, E. (2011). Un breve recorrido bibliográfico por la historia de los pueblos zapotecos de Oaxaca. *Dimensión antropológica*, 52, 57–80. <https://www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/?p=6916>
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). La investigación cualitativa. En *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa.
- Vela, E., Mastache, G., & Ramírez, R. (2014). *Arqueología mexicana*. Atlas de textiles indígenas. En *Arqueología mexicana* (Número 55). Raíces.
- Wanderley, F. (2015). *Desafíos teóricos y políticos de la Economía Social y Solidaria. Lectura desde América Latina*. CIDES-UMSA.

Capital social en apicultores de Oaxaca, México. Un estudio desde un enfoque de Economía Social y Solidaria

Brenda Dennís Valadez Solana¹, Itzel Yolotzi Venegas Ríos², Blasa Celerina Cruz Cabrera³, Laura Irene Gaytán Bohórquez⁴

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue analizar el capital social (CS) de los apicultores de San Gabriel Mixtepec, Oaxaca, México a través de su estructura de red de vínculos unión, vertical y puente. El enfoque teórico que sustenta la investigación es la Economía Social y Solidaria (ESS). La metodología fue de enfoque cualitativo, las técnicas utilizadas fueron observación y entrevistas semiestructuradas a actores clave. Los resultados demuestran la importancia de los vínculos unión, vertical y puente para mejorar el proceso productivo y manufacturero de la miel, los costos de producción y las estrategias de venta del producto. La red social apícola funciona correctamente, porque permite la difusión de recursos novedosos, información y experiencia en toda la población. Esta investigación determina la importancia del CS para la creación de redes abiertas y diversas que contribuyen al mejoramiento de las actividades productivas y comerciales de los apicultores.

Palabras clave: capital social, redes sociales, apicultores, análisis cualitativo.

1 Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico; Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Oaxaca; Oaxaca, México; brendad.valadez@itoaxaca.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0002-7883-7148>

2 Maestra en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico; Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Oaxaca; Oaxaca, México; yolotzivenegas@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0003-1520-6124>

3 Doctora en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional; Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Oaxaca; Oaxaca, México; cabreracruz85@hotmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4694-4261>

4 Maestra en Ciencias en Planificación del Desarrollo Regional / Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, Oaxaca, México; laura.gaytan.bohorquez@iisuabjo.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0003-5845-3387>

Capital in beekeepers of Oaxaca, Mexico. A study from a Social and Solidarity Economy approach

Abstract

The objective of this research was to analyze the social capital (SC) of the beekeepers of San Gabriel Mixtepec, Oaxaca, Mexico through their network structure of union, vertical and bridge links. The theoretical approach that supports the research is the Social and Solidarity Economy (SSE). The methodology was qualitative, the techniques used were observation and semi-structured interviews with key actors. The results demonstrate the importance of union, vertical and bridge links to improve the honey production and manufacturing process, production costs and product sales strategies. The beekeeping social network works correctly, because it allows the dissemination of new resources, information and experience throughout the population. This research determines the importance of SC for the creation of open and diverse networks that contribute to the improvement of the productive and commercial activities of beekeepers.

Keywords: social capital, social networks, beekeeping, qualitative analysis.

Introducción

El concepto de Capital Social (CS) ha sido estudiado en diferentes campos de las ciencias sociales y ambientales debido a su importancia para contribuir al desarrollo sostenible, lo que ha generado especial interés de diversos organismos internacionales como el Banco Mundial (BM), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (Garrigos-Simon et al., 2018).

La naturaleza multidisciplinaria del CS ha propiciado debates en torno a su medición (Grootaert et al., 2004). A pesar de la amplia diversidad de

investigaciones que tratan de explicar y dar solidez a la base teórica de este campo científico (Bordieu, 1980; Coleman, 1998; Dale & Newman, 2010; Ghorbani et al., 2022; Putnam, 1993), uno de los supuestos aceptados por los estudiosos del tema es que el CS se refiere a los beneficios sociales que surgen de las redes sociales entre los actores de un determinado territorio u organismo social (Carradore, 2022; Dale & Newman, 2010; Ghorbani et al., 2022).

En este sentido, las redes sociales son entendidas como los vínculos de confianza, colaboración y solidaridad entre las personas que conforman un determinado grupo (Solís-Rodríguez & Limas-Hernández, 2013); estas relaciones sociales permiten el buen funcionamiento de las actividades productivas que se llevan a cabo en los territorios y resultan necesarias para los procesos de desarrollo sostenible (Sabet & Khaksar, 2020). Como resultado, el CS desempeña un papel importante en las actividades productivas de los territorios, en el fortalecimiento de la Economía Social y Solidaria (ESS) y en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Ghorbani et al., 2022).

En este orden de ideas, la apicultura es una actividad productiva agropecuaria que desempeña un rol crucial en la protección, mantenimiento y equilibrio de los ecosistemas, lo que contribuye al desarrollo sostenible (Narang et al., 2022; Zhang et al., 2022). En el ámbito mundial, México es el décimo tercer país con mayor exportación de miel y ocupa el noveno lugar como productor (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural [SADER], s.f.). En el ámbito nacional, el Estado de Oaxaca es el sexto productor con una producción anual de 4,884 toneladas de miel (Instituto Nacional de Geografía y estadística [INEGI], s.f.).

En la literatura científica, aún son escasas las investigaciones empíricas sobre CS en territorios con producción agropecuaria. Uno de los estudios encontrados es el de Ghorbani et al. (2022) en el que los autores examinan el CS de una organización comunal de mujeres productoras de leche en el suroeste de Irán. Otro estudio es el de Nugraha et al. (2022), en el cual se analiza la importancia del CS para el desarrollo de la agricultura sostenible en una comunidad turística de Indonesia.

Asimismo, el CS se ha estudiado en el ámbito empresarial (Gold et al., 2001), en el contexto universitario (Ellison et al., 2007) e incluso en temas

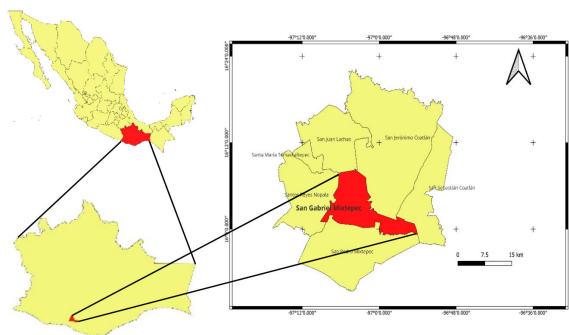
asociados con salud mental (Cardozo- Rusinque et al., 2017). No obstante, aún faltan estudios que aborden al CS desde un enfoque de ESS en contextos apícolas. Por ello, el objetivo del presente estudio es analizar el CS de los apicultores de San Gabriel Mixtepec, Oaxaca, México a través de su estructura de red de vínculos unión, vertical y puente.

Este documento se compone de los siguientes apartados: después de este marco introductorio se presenta el marco de referencia en el que se describe el contexto de estudio. Después se presenta una breve revisión de la literatura sobre el CS con un enfoque de ESS; seguidamente se detalla la metodología utilizada. Posteriormente, se presentan los resultados y las conclusiones. Por último, se enlistan las referencias que fundamentaron el trabajo.

Marco de referencia

En el Estado de Oaxaca, San Gabriel Mixtepec es el segundo municipio más importante en cuanto a producción de miel ya que comercializa aproximadamente 352 toneladas al año, siendo la principal actividad agropecuaria generadora de ingresos de esta localidad (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], s.f.). De acuerdo con el Plan Municipal de Desarrollo de San Gabriel Mixtepec, el municipio está ubicado al sur, en la región Costa de Oaxaca, México (figura 1). Esta comunidad se encuentra a una distancia aproximada de 219 kilómetros de la capital oaxaqueña (H. Ayuntamiento Constitucional de San Gabriel Mixtepec, 2020).

Figura 1. Localización del municipio San Gabriel Mixtepec, Oaxaca, México



Fuente: elaboración propia con base en el Marco Geoestadístico del INEGI (2020)

Revisión de la literatura

En 1983, Durkheim emitió por primera vez la idea del CS con el término solidaridad social, el cual se describe como el conjunto de creencias, valores y normas que identifican a las personas que integran a una comunidad. Durkheim clasificó a la solidaridad en mecánica y orgánica, la primera es aquella que ocurre en individuos similares, en cambio la segunda se da en individuos que son diferentes, pero tienen unidad y colectividad (Schettino, 2005).

En 1916, Hanifan acuñó el término CS para identificar la importancia del compromiso comunitario en el desarrollo y la democracia. Hanifan argumentaba que los problemas sociales, políticos y económicos solo podrían ser resueltos a través del fortalecimiento de redes de solidaridad de los ciudadanos, porque existiría una colaboración entre los individuos que permitiría superar tales problemas, ya que mediante las mismas relaciones sociales se obtienen recursos para la satisfacción de las necesidades humanas (Solís-Rodríguez & Limas-Hernández, 2013).

Desde un enfoque de ESS, el CS es el motor de creación de valor social y económico en las empresas sociales. Además, la confianza, la colaboración, la solidaridad y otros valores intrínsecos al CS pueden surgir, difundirse o reprimirse en redes de relaciones interpersonales (Hidalgo et al., 2021). Igualmente, el CS es un recurso intangible, el cual permite a las personas reunirse en grupos con la finalidad de generar relaciones o redes sociales, las cuales están dotadas de reciprocidad, confianza y cooperación (Sabet & Khaksar, 2020) y permiten a los grupos obtener beneficios como disminución en los costos de transacción, constitución de organizaciones civiles más eficaces y producción de bienes públicos (Díaz-Albertini, 2003).

En este orden de ideas, las redes sociales son indispensables en una comunidad (Cozzolino, 2011). Una red social es un conjunto de actores que se encuentran unidos por medio de relaciones sociales. Un actor no queda limitado a ser solamente un individuo, también pueden ser empresas, grupos o Estados. Así mismo las relaciones pueden ser de diferentes formas: de poder, de trabajo o relaciones académicas (Molina, 2001).

Las redes sociales son representadas mediante grafos o gráficos conformados por puntos o nodos conectados a través de líneas o vínculos (García-Valdecasas, 2011). Así, el CS se origina por medio de redes formadas por

nodos fuertemente conectados entre sí. Los vínculos son también llamados lazos sociales y pueden ser de tres tipos: unión, vertical y puente (Dale & Newman, 2008).

Un vínculo unión se presenta en grupos con identidad semejante, relaciones estrechas e intereses y lugar de residencia semejante, es decir grupos muy similares como las familias (Newman y Dale, 2006). Un vínculo vertical es aquel que permite conectar a una persona o grupo con otros actores con una posición social distinta, ya sea inferior o superior (Stevenson, 2016). Un vínculo puente permite conectar diferentes tipos de personas y grupos, es útil para aquellos individuos que desean obtener beneficios económicos y sociales fuera de sus comunidades o grupos, es decir, mediante actores o agentes externos (Granovetter, 1973).

En suma, el CS puede ser analizado a través de los vínculos unión, vertical y puente que se establecen en una red social. Esto permitirá el fortalecimiento y consolidación del CS de los grupos sociales o de una comunidad en su conjunto, lo que coadyuva en el fomento de la ESS y en los procesos de desarrollo sostenible de los territorios (Newman & Dale, 2005; Sabet & Khaksar, 2020; Stevenson, 2016).

Metodología

Para la presente investigación se utilizó una metodología de enfoque cualitativo con alcance exploratorio-descriptivo y diseño fenomenológico, ya que la finalidad fue realizar un acercamiento a la realidad del objeto de estudio desde la perspectiva de los individuos inmersos en ella. Para ello, se realizó trabajo de campo en los meses de septiembre 2023 a abril de 2024. En este periodo, se llevaron a cabo visitas a los apiarios de la comunidad; se hizo uso de la observación participante y se aplicaron 30 entrevistas semiestructuradas a actores clave.

En las entrevistas, se recurrió al muestreo a conveniencia y a la saturación teórica para verificar el número adecuado de participantes y evitar la redundancia de la información (Glaser & Strauss, 2019). El perfil de los entrevistados se describe como sigue: ser originario de la comunidad de estudio, tener entre 18 y 80 años, dedicarse a la apicultura con un mínimo de 10 años de experiencia. Las preguntas sobre las que versó la entrevista estuvieron relacionadas con las características de la apicultura y los principales vínculos

sociales de la red apícola del municipio de estudio. Cabe señalar que todos los entrevistados dieron su consentimiento y autorización para grabar las entrevistas.

Una vez recabados los datos, la información se ordenó y agrupó en categorías para una mejor organización; después se realizó el análisis correspondiente para posteriormente explicar los resultados. Este proceso metodológico hizo posible identificar la estructura (características), dinámica (convivencia, participación, proximidad) y sentido (motivos de unión) de la red apícola existente en San Gabriel Mixtepec.

Resultados

Para alcanzar una comprensión más profunda del fenómeno de estudio y lograr el objetivo de la investigación, en primer lugar se realizó una caracterización de la apicultura en San Gabriel Mixtepec, Oaxaca. A continuación, se describen los elementos que conforman esta actividad productiva, los cuales fueron identificados en las visitas de campo mediante la observación participante y las entrevistas aplicadas.

Caracterización de la apicultura en San Gabriel Mixtepec, Oaxaca

Dentro de la red apícola se identificó un productor constituido como persona física: Elías Jiménez y dos empresas mieleras constituidas legalmente como personas morales: Miel de Mixtepec S.C. de R.L. de C.V. (en adelante, Miel de Mixtepec) y APISAGAMIX S.P.R. de R.L. (en adelante, APISAGAMIX), las cuales se dedican al acopio y comercialización de la miel de todos los apicultores de la comunidad y de otras poblaciones cercanas. La primera es una Sociedad Cooperativa conformada por 22 socios pertenecientes a la comunidad. La segunda es una Sociedad de Producción Rural conformada por socios que son familiares, y que fabrican los productos derivados de la miel como son dulces, jabones, exfoliantes y tintura de propóleo.

La figura 2 muestra las características de la red apícola de San Gabriel Mixtepec. En la comunidad hay 126 apicultores. La cantidad de colmenas por apicultor oscila en un rango de 5 a 2,000. Las colmenas son instaladas en lugares alejados a la población, a una distancia de 200 a 400 metros.

Estos lugares llamados apiarios están conformados por 20 a 50 colmenas y deben estar rodeados de plantas y árboles melíferos para que exista una mayor producción de miel.

Los apicultores instalan sus colmenas alrededor de la población, en lugares propios o alquilados; los precios del alquiler oscilan entre \$1,000.00 y \$3,000.00 anuales por apiario. Las colmenas están en lugares cercanos a la comunidad en los meses de febrero a mayo, a mitad del mes de mayo son trasladadas a lugares más calurosos que se ubican en municipios cercanos (desde San Pedro Mixtepec hasta San Pedro Pochutla), para regresarlas al lugar de origen en el mes de febrero.

En la cosecha de los meses de marzo y abril, se obtiene miel denominada multiflora, ya que las abejas producen miel del néctar que recogen de una gran variedad de flores; se caracteriza por tener cristalización muy fina, por lo que tiende a cristalizarse en cuestión de semanas. En la cosecha de los meses de noviembre a febrero, se obtiene miel campanilla, la cual es nombrada así debido a que las abejas producen el néctar que pecorean de la flor campanilla; se caracteriza por su cristalización muy suave y fina, similar a la mantequilla; este tipo de miel no tiende a cristalizarse, aunque pasen los años.

Para la creación de las colmenas, los apicultores adquieren abejas reinas en dos lugares: en un criadero particular y/o en un criadero colectivo que pertenece a 20 apicultores de la comunidad; este último fue adquirido mediante apoyo gubernamental. Ambos criaderos han sido de mucha ayuda para los apicultores de la comunidad, ya que les ha permitido incrementar el número de apiarios y colmenas existentes.

En San Gabriel Mixtepec el producto mejor aprovechado de las colmenas es la miel, porque su proceso de producción es más fácil que el de sus derivados. Algunos apicultores aprovechan otros subproductos que provienen de la colmena como son el propóleo y el polen. El propóleo es recolectado y vendido como materia prima, para que el cliente lo convierta en producto terminado (tintura de propóleo), otros apicultores lo procesan para utilizarlo en la curación de enfermedades de la piel o enfermedades respiratorias. En cambio, el polen presente en los bastidores de miel es aprovechado para obtener cosechas de miel con polen, que cuentan con más nutrientes que las cosechas de miel pura.

La cera recolectada de las colmenas es reutilizada para las mismas abejas, por lo tanto, un mínimo porcentaje es vendido para la elaboración de velas, esto con la finalidad de mantener una abundante reproducción de colonias. Las cosechas de miel se efectúan en dos temporadas: la primera incluye los meses de noviembre y diciembre, cuando las colmenas están situadas en zonas más calurosas como en el municipio de Santa María Tonameca o en localidades de San Pedro Mixtepec. La segunda temporada de cosechas de miel se efectúa en los meses de marzo a abril, cuando las colmenas están situadas en parajes ubicados alrededor de San Gabriel Mixtepec.

Con relación a los insumos para la producción, el insumo principal es el azúcar. Este producto es adquirido en ingenios mediante compras al mayoreo, generalmente suelen ser varios tráileres. Por ello, Miel de Mixtepec y APISAGAMIX que son organizaciones apícolas constituidas legalmente, son las encargadas de efectuar las compras. Posteriormente, el azúcar es vendida a granel a los apicultores de la comunidad.

En la población existen carpinterías que producen el material necesario para las colmenas: cajones, bastidores, alzas, tapas, alimentadores y fondos. Además, en las colmenas se deben colocar hojas de cera estampada, las cuales generalmente son fabricadas por los mismos apicultores. Para este proceso, se requiere una máquina de estampado o estampadora. Otros insumos necesarios son los equipos de protección para visitar los apiarios: ahumadores, flejes, timol para la varroa, overoles, camisolos, guantes, velos y cuñas.

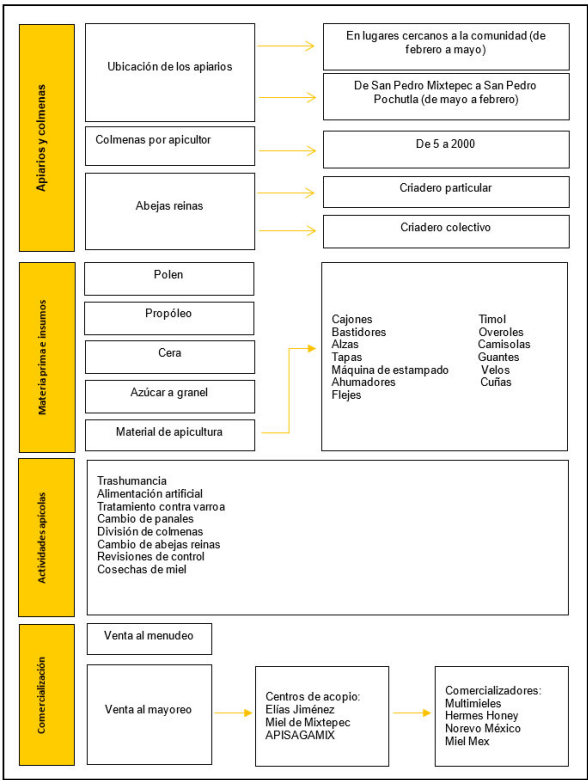
Las principales actividades efectuadas en la apicultura son las siguientes: (1) cambio de las colmenas de un lugar a otro, a esta actividad se le conoce como trashumancia, (2) alimentación artificial de las colmenas por medio de agua con azúcar, (3) curación de las abejas por medio de sustancias químicas que permiten eliminar las varroas que las invaden y disminuyen su productividad, (4) cambio de panales viejos por ceras nuevas, (5) división de colmenas para crear otras, (6) cambio de abejas reinas, (7) revisiones de control cada 12 o 15 días y (8) las cosechas de miel. Por el nivel de dificultad de las actividades realizadas en los apiarios, estas deben ser realizadas por al menos tres personas.

En cuanto a la comercialización, Miel de Mixtepec, APISAGAMIX y Elías Jiménez acopian la miel de los apicultores de la comunidad para posteriormente venderla con un precio de mayoreo a Multimieles S.A. de C.V., Hermes Honey S.A. de C.V., Norevo México S.A. de C.V. y Miel Mex S.A. de C.V., em-

presas que cuentan con plantas en el país y que comercializan la miel en los Estados de Yucatán, Chiapas, Aguascalientes y Ciudad de México; asimismo, la exportan a Estados Unidos y Alemania.

Los precios de venta del kilo de miel dependen de la oferta y demanda mundial, son determinados por los distribuidores mayoristas y varían a través de los años. Los precios han oscilado entre los \$28.00 y \$60.00 por kilo, desde el año 2018 hasta el año 2023. En consecuencia, en algunas ocasiones los apicultores han pasado por crisis económicas, debido a que los costos de producción superan a los costos de venta. También se realizan ventas al menudeo, aproximadamente un 10 % de los apicultores venden su producción de miel a particulares y a empresas pequeñas. En el caso de los particulares, se utilizan botes reciclados de plástico como envases; en el caso de las empresas, hacen uso de envases nuevos de plástico.

Figura 2. Características de la apicultura en San Gabriel Mixtepec, Oaxaca

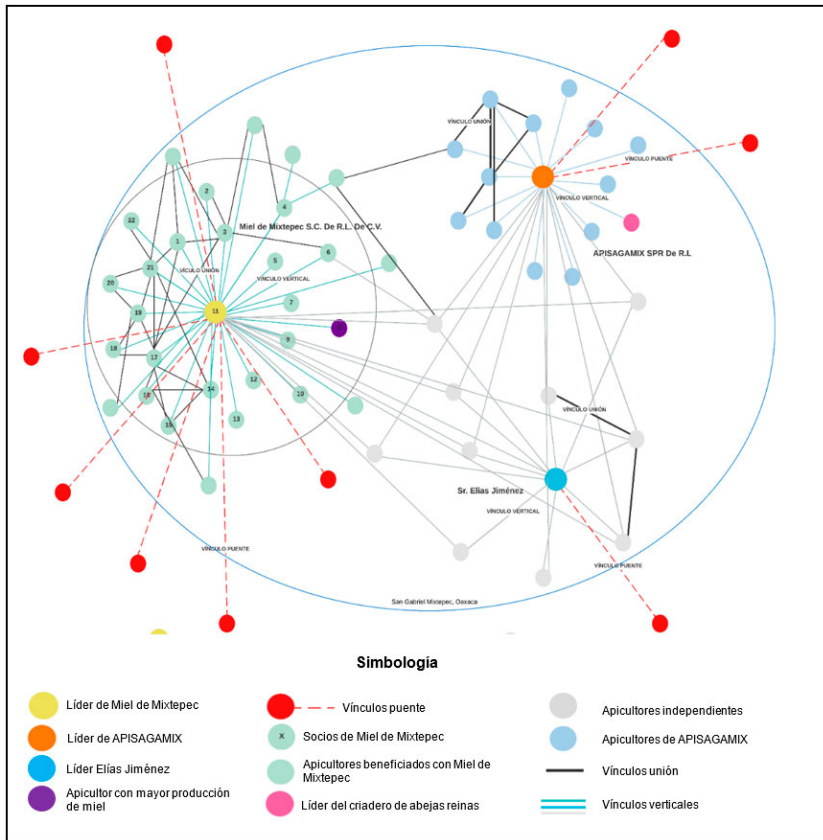


Fuente: elaboración propia, con base en la observación participante y las entrevistas aplicadas

Estructura, dinámica y sentido de la red apícola de San Gabriel Mixtepec

La figura 3 muestra los actores que conforman a la red de apicultores de San Gabriel Mixtepec.

Figura 3. Estructura, dinámica y sentido de la red apícola de San Gabriel Mixtepec



Fuente: elaboración propia con base en la observación participante y las entrevistas aplicadas

El círculo mayor con contorno en color azul, representa a la comunidad. La administración de la red está a cargo de los tres centros de acopio que existen: Miel de Mixtepec, APISAGAMIX y Elías Jiménez. Cada centro de acopio representa un clúster.

En el primer clúster, los nodos color verde simbolizan a Miel de Mixtepec, se puede observar que sus elementos se encuentran enmarcados por una circunferencia color negra. Existen nodos verdes sin algún número, estos representan aquellos apicultores que se ven beneficiados por Miel de Mixtepec sin ser socios legales de la misma. El nodo amarillo hace referencia al representante legal o líder de Miel de Mixtepec. Las líneas verdes son vínculos verticales entre el líder y los socios o apicultores beneficiados en esta relación.

Los vínculos unión se observan en los tres clústeres y son señalados con líneas color negro. Las líneas y puntos rojos son los vínculos puente, por lo que se observa que casi todos los nodos están fuera de la organización. Estos vínculos puente hacen referencia a las personas que no son apicultores, pero ayudan a obtener recursos fuera de la organización, y a todos los agentes externos a la población que apoyan a la red apícola.

Además, dentro de este clúster, se visualiza un nodo color morado, este lo representa el apicultor con mayor producción de miel de abeja. Esta persona facilita el llenado de los contenedores, sobre todo cuando la producción es baja y es necesario llenar un lote de 80 tambos (recipientes encerados con capacidad de 200 litros). Así también el ingreso generado por la venta de su producto permite la sostenibilidad económica de Miel de Mixtepec en tiempos de escasez monetaria.

El segundo clúster es el que tiene en el centro al nodo color naranja, el cual representa al líder de APISAGAMIX. Los círculos azules son los apicultores que en cada cosecha llevan su miel a este centro de acopio, pero no son integrantes legales de esta empresa. Las líneas azules representan vínculos verticales entre el líder y los apicultores. Los nodos y líneas color rojo representan los vínculos puente entre la empresa y sus agentes sociales, tales como el gestor para la compra de azúcar y las empresas exportadoras.

El tercer clúster es el de Elías Jiménez, en la ilustración se representa con un nodo azul claro. De este agente se desprenden vínculos verticales en color gris que lo unen a otros apicultores (puntos grises). Cabe mencionar que estos apicultores mantienen vínculos verticales con los tres centros de acopio, es decir, le venden al líder que ofrezca un mejor precio por kilo de miel y un plazo de pago más corto. En el caso de Elías Jiménez, las compras de miel

no son constantes, las realiza solamente cuando sus compradores le hacen pedidos de miel. Por ello, a este clúster se le identificó un vínculo puente, el cual hace referencia a los comercializadores que trabajan con él.

Vínculos unión de la red apícola de San Gabriel Mixtepec

El vínculo unión permite conocer que tan cercanas son las relaciones entre los apicultores, si los actores que conforman la red apícola son familiares, vecinos o amigos. En la red apícola de San Gabriel Mixtepec, el 89.5 % de los apicultores cuenta con familiares cercanos y vecinos que practican la apicultura. Por lo tanto, los vínculos unión son fuertes. Estos vínculos permiten a los apicultores trabajar en equipo y con armonía; crean grupos de personas en las que existe confianza para trabajar día con día. Cada apicultor cuenta con su grupo de trabajo para extraer la miel, alimentar a las abejas y realizar los cambios de apiario.

Así también, los vínculos unión han contribuido a que los apicultores compartan el gusto por desarrollar el oficio de la apicultura con amigos y familiares. De igual manera, los apicultores comparten su conocimiento con otros apicultores acerca de los múltiples beneficios que pueden obtener en distintos momentos para mejorar su productividad. Además, los vínculos unión permiten intercambiar ideas, bienes y enseres entre todos los apicultores, compartir su maquinaria si un apicultor la requiere y no cuenta con ella. Igualmente, estos vínculos fomentan la solidaridad y la ayuda mutua en caso de presentarse alguna emergencia.

En la red de apícola de San Gabriel Mixtepec se identificaron vínculos unión en los tres clústeres mencionados anteriormente (figura 4). Estos vínculos se han fortalecido principalmente por la cercanía geográfica de los integrantes de cada clúster. El clúster de Miel de Mixtepec se encuentra ubicado en el Barrio Hidalgo. Por su parte, el clúster de APISAGAMIX y el clúster de Elías Jiménez están ubicados en el Barrio Bustamante. En los tres grupos, la mayoría de los apicultores que los conforman son vecinos, familiares y amigos cercanos.

Figura 4. Vínculos unión de la red apícola de San Gabriel Mixtepec



Fuente: elaboración propia con base en la observación participante y las entrevistas aplicadas

Vínculos verticales de la red apícola de San Gabriel Mixtepec

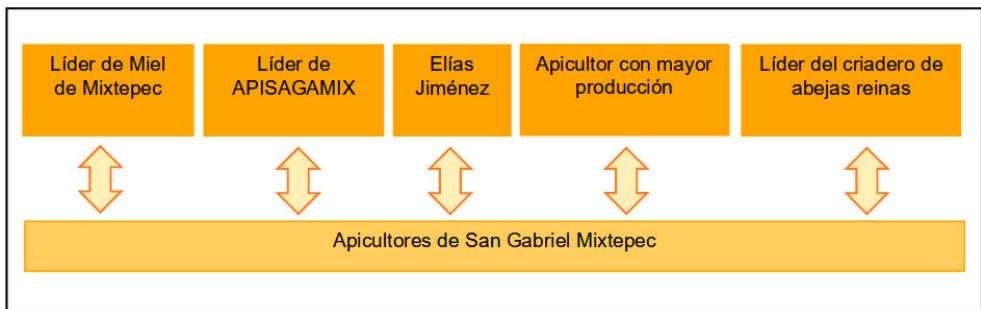
Para analizar los vínculos verticales, fue preciso identificar a los agentes con una posición superior o un rango de autoridad y responsabilidad mayor dentro de la red apícola de San Gabriel Mixtepec. Así, se identificaron cinco agentes: el líder de Miel de Mixtepec, el líder de APISAGAMIX, Elías Jiménez, el líder del criadero colectivo de abejas reinas y el apicultor con mayor producción de miel (figura 5).

El 71 % de los apicultores están asociados y tienen contacto frecuente con los agentes antes mencionados. Estas relaciones verticales han ayudado a los apicultores a acceder a beneficios tales como obtención de maquinaria, equipo y material apícola por medio de apoyos gubernamentales; participación en el criadero de abejas reinas, capacitaciones y asesorías sobre apicultura; apoyo moral y económico en caso de imprevistos o emergencias; apoyo en las actividades de campo, mejores precios de compra por kilo de miel e insumos más económicos. De modo que, estas relaciones están basadas en reciprocidad, confianza y solidaridad.

En la red apícola, los vínculos verticales se manifiestan generalmente en las relaciones cotidianas que se presentan entre los líderes de los clústeres y los apicultores. Asimismo, se llevan a cabo mediante diversas actividades las

cuales se describen a continuación: Miel de Mixtepec facilita el uso de sus instalaciones y maquinaria para el proceso de extracción y manufactura de miel a los apicultores que lo requieran. Por su parte, el apicultor con mayor producción de miel les proporciona a los demás apicultores las facilidades necesarias para realizar sus actividades apícolas, como, por ejemplo, la revisión de sus colmenas o el préstamo de un transporte cuando se requiera trasladar colonias de abejas. Igualmente, el líder del criadero de abejas reinas brinda las facilidades a los apicultores para que puedan criar a sus propias abejas reinas.

Figura 5. Vínculos verticales de la red apícola de San Gabriel Mixtepec



Fuente: elaboración propia con base en la observación participante y las entrevistas aplicadas

Vínculos puente de la red apícola de San Gabriel Mixtepec

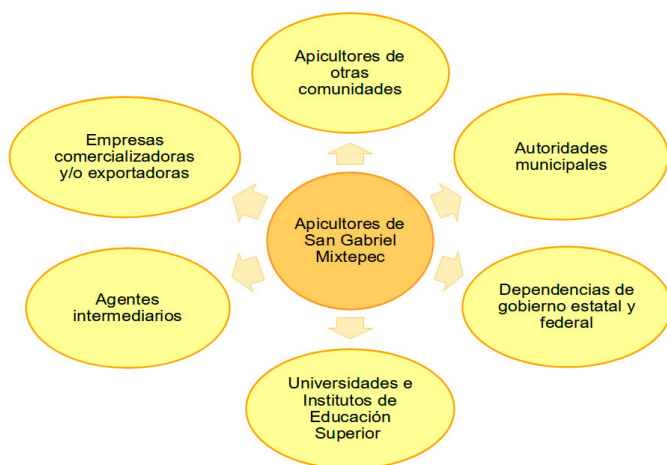
Los vínculos puente permiten conectar diferentes tipos de personas y grupos, son útiles para obtener beneficios económicos y sociales fuera de la comunidad. Para conocer estos vínculos en la red apícola de San Gabriel Mixtepec, se preguntó a los entrevistados si mantienen relación con organismos gubernamentales, empresas, profesionistas o personas de otras comunidades que les permitan obtener beneficios tales como venta de la miel a mejor precio, proyectos productivos, capacitaciones, asesorías técnicas y certificaciones.

Los resultados mostraron que un 48 % de los apicultores ha obtenido beneficios gracias a las relaciones establecidas con actores externos a la comunidad. Algunos apicultores han sido beneficiados de forma indirecta,

al pertenecer a organizaciones o grupos apícolas donde los líderes son los encargados de gestionar según los vínculos puente con los que cuenta. El 61 % los apicultores consideran que ha existido mejora en su productividad gracias a las relaciones establecidas con actores externos.

En la red apícola de San Gabriel Mixtepec los vínculos puente se presentan a través de seis agentes (figura 6). Entre los beneficios que ha obtenido la red por estos vínculos se encuentran: azúcar a granel a un menor costo, construcción de instalaciones apícolas, asesoramiento técnico, criaderos de abejas reinas, apoyos gubernamentales para la compra de colmenas, maquinaria y equipo; certificaciones orgánicas, capacitaciones sobre buenas prácticas de producción y manufactura de miel de abeja.

Figura 6. Vínculos puente de la red apícola de San Gabriel Mixtepec



Fuente: elaboración propia con base en la observación participante y las entrevistas aplicadas

Igualmente, mediante el establecimiento de vínculos puente los apicultores han obtenido diversos logros, los cuales se enlistan a continuación:

- Desde el año 2011, las relaciones establecidas entre los líderes de Miel de Mixtepec y APISAGAMIX y los apicultores de los municipios Santos Reyes Nopala, San Juan Lacho, San Pedro Mixtepec y San José el progreso, permiten que una mejor organización en el acopio de toda la miel de estas poblaciones, lo que genera más utilidades.

- A principios del año 2018, los socios de Miel de Mixtepec acudieron con las autoridades municipales para solicitar apoyo para la construcción de una sala de extracción de miel. Mediante acuerdos de colaboración, la presidencia municipal logró el contacto con la SADER, la cual otorgó un recurso monetario para la construcción de la sala de extracción de miel que hasta el momento es un activo de la empresa y se encuentra en funcionamiento.
- A finales del año 2018, el líder de Miel de Mixtepec solicitó apoyo al Instituto Tecnológico de Pochutla para registrar su marca y certificar su producción de miel, con la intención de cosechar productos orgánicos. Como resultado del trabajo realizado, se logró el registro de la marca “Miel Coral” ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), se diseñaron etiquetas y envases para mejorar la presentación del producto en pequeñas presentaciones. Además, en el año 2019 se obtuvieron dos certificados que avalan la producción de miel orgánica: uno para comercializar en México y el otro para exportar a Europa.
- A partir del año 2020, a través de un agente intermediario externo a la comunidad se adquiere azúcar en un ingenio a un precio más bajo del habitual, ya que este insumo es muy demandado por los apicultores, razón por la cual generalmente se compraba a precios elevados.
- En el año 2022, por medio de la SADER, los apicultores que conforman la red apícola de San Gabriel Mixtepec obtuvieron un certificado de Buenas Prácticas de Producción de Miel que garantiza la inocuidad del producto. En ese mismo año, mediante el Programa Producción para el Bienestar del gobierno federal, el líder de Miel de Mixtepec solicitó una capacitación específica para lograr la certificación Tipo Inspección Federal (TIF) de las instalaciones donde se produce la miel. Dicha certificación garantiza la inocuidad e higiene de la miel.
- A principios del año 2023, con el apoyo de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO) y en coordinación con la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se realizaron análisis melisopalinológicos para identificar los recursos florales aprovechados por las abejas en la región. Estos análisis permiten identificar las características de la miel (sabor y olor) respecto a su origen botánico.

- A mediados del año 2023, por medio de la relación establecida entre Hermes Honey y Miel de Mixtepec y APISAGAMIX, se clasificaron algunos lotes de miel respecto a su color, siendo las mieles de color claro las mejor pagadas en el mercado. Este hecho propició que los apicultores obtuvieran un mejor precio por kilo, ya que en este año el costo de producción superó al costo de venta.

Conclusiones

La red social apícola de San Gabriel Mixtepec está compuesta por vínculos unión, vínculos verticales y vínculos puente. Esta red funciona correctamente porque permite la difusión de recursos novedosos, información y experiencia de todos sus integrantes. Es de suma importancia la existencia de CS para la creación de redes abiertas y diversas que contribuyen al mejoramiento de las actividades productivas y comerciales de los apicultores.

Los vínculos unión han permitido que los conocimientos apícolas se distribuyan entre todos los actores de la red. En estos vínculos existe cooperación, confianza, solidaridad, reciprocidad y valores que propician el apoyo a las personas que empiezan a desarrollar el oficio o que requieren préstamos de maquinaria, equipo o instalaciones para producir miel. Por ello, los vínculos unión han sido la clave para que la comunidad cuente con una excelente capacidad productiva y lo ubique en el segundo municipio con mayor producción de miel a nivel Estado.

Los vínculos verticales se originan principalmente entre los apicultores y los líderes de APISAGAMIX y Miel de Mixtepec. En definitiva, los vínculos verticales han permitido una mejor organización de los apicultores, así como una mejora en los procesos productivos y comerciales de la red apícola.

Los vínculos puente que benefician a la mayoría de los integrantes de la red apícola se presentan entre los líderes de APISAGAMIX, Miel de Mixtepec, actores pertenecientes a la comunidad y fuera de ella. Los vínculos puente han permitido que los apicultores estrechen relaciones con comercializadores del exterior. En consecuencia, los líderes de las empresas apícolas han creado estos vínculos que han permitido una mejor comercialización de la miel y la obtención de recursos externos.

Finalmente, esta investigación enfatiza la importancia del CS desde para la creación y fortalecimiento de vínculos de tipo unión, vertical y puente dentro de una red social. Por lo tanto, es determinante el establecimiento y mantenimiento de relaciones sociales que generen soluciones a problemáticas locales e impulsen el CS y los procesos de desarrollo sostenible en las comunidades.

Ética en la investigación

Como parte de la recolección de datos de la investigación, las encuestas aplicadas a las personas participantes fueron realizadas con consentimiento informado.

Agradecimientos

Nuestro agradecimiento al Tecnológico Nacional de México, campus Oaxaca y al Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional (CIIDIR), Unidad Oaxaca por las facilidades brindadas para la realización del estudio.

Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (1980). Le Capital Social: Notes Provisoires. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 31, 2-3.
- Cardozo-Rusique, A., Cortés-Peña, O. & Castro-Monsalvo, M. (2017). Relaciones funcionales entre salud mental y capital social en víctimas del conflicto armado y personas en situación de pobreza. *Interdisciplinaria*, 34(2), 235-257.
- Carradore, M. (2022). Academic research output on social capital: a bibliometric and visualization analysis. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42(13), 113-134. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-11-2022-0281>

- Coleman, J. S. (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Cozzolino, F. (2011). Trust, cooperation and equality: a psychological analysis of the formation of social capital. *British Journal of Social Psychology*, 50, 302-320. <https://doi.org/10.1348/014466610X519610>
- Dale, A. & Newman, L. (2008). Social capital: a necessary and sufficient condition for sustainable community development? *Community Development Journal*, 45(1), 5-21. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsn028>
- Dale, A. & Newman, L. (2010). Social capital: a necessary and sufficient condition for sustainable community development? *Community Development Journal*, 45 (1), 5-21. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsn028>
- Díaz-Albertini, J. (2003). Capital social, organizaciones de base y el Estado: recuperando los eslabones perdidos de la sociabilidad. En I. Arriagada, R. Atria, L. J. Robinson, M. Siles & S. Whiteford (Eds.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma* (247-302). Chile: Naciones Unidas.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook friends: Social capital and college students' use of online SNSs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- García-Valdecasas, J.I. (2011). Una definición estructural de capital social. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 20(6), 132-160. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93122194006>
- Garrigos-Simon, F.J., Botella-Carrubi, M.D., & Gonzalez-Cruz, T.F. (2018). Social Capital, Human Capital, and Sustainability: A Bibliometric and Visualization Analysis. *Sustainability*, 10(12), 4751. <https://doi.org/10.3390/su10124751>
- Ghorbani, M., Javadi, S.A., Rasekhi, S., Yazdanparast, M., & Azadi, H. (2022). Bonding Social Capital of Rural Women in Southwest Iran: Application

of Social Network Analysis. *Rural Sociology*, 87(2), 547-572. <https://doi.org/10.1111/ruso.12430>

- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (2019). *The discovery of the grounded theory Strategies for qualitative research*. Routledge.
- Gold, A., Malhotra, A. & Segars, A. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18, 185-214.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380. <http://www.jstor.org/stable/2776392>
- Grootaert, C., Narayan, D., Nyhan, V., & Woolcock, M. (2004). *Measuring Social Capital: An Integrated Questionnaire*. The World Bank Washington D.C.
- H. Ayuntamiento Constitucional de San Gabriel Mixtepec. (2020). Plan Municipal de Desarrollo 2020-2022.
- Hidalgo, G., Monticelli, J.M., & Vargas, I. (2021). Social Capital as a Driver of Social Entrepreneurship, *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1951819>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (s.f.). *Atlas Nacional de las Abejas y Derivados Apícolas*. Recuperado el 6 de octubre de 2023 de <https://atlas-abejas.agricultura.gob.mx>
- Molina, J. L. (2001): *El análisis de las redes sociales. Una introducción*. Bellaterra.
- Narang, A., Kumar, G., & Gupta, G. (2022). Political, economical, social, technological and SWOT analysis of beekeeping as a successful enterprise in India: An overview. *Journal of Applied and Natural Science*, 14(1), 194-202. <https://doi.org/10.31018/jans.v14i1.3312>
- Newman, L. & Dale, A. (2005). The role of agency in sustainable local community development. *Local Environment*, 10(5), 477-486. <https://doi.org/10.1080/13549830500203121>

- Newman, L. & Dale, A. (2006). Homophily and agency: creating effective. Sustainable Development Networks. *Environment, Development and Sustainability*, 9, 79–90. <https://doi.org/10.1007/s10668-005-9004-5>
- Nugraha, A.T., Rahmawati, R., Auliah, A. & Prayitno, G. (2022). Farmers' Social Capital in Supporting Sustainable Agriculture: The Case of Pujon Kidul Tourism Village, Indonesia. *Civil and Environmental Science Journal*, 5(2), 235–249. <https://doi.org/10.21776/ub.civense.2022.00502.12>
- Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 4, 35-42.
- Sabet N.S. & Khaksar, S. (2020). The performance of local government, social capital and participation of villagers in sustainable rural development. *The Social Science Journal*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/03623319.2020.1782649>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (s.f.). *Crecen producción y exportaciones de miel en México al cierre de 2021*. Recuperado el 15 de octubre de 2023 de <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/crecen-produccion-y-exportaciones-de-miel-en-mexico-al-cierre-de-2021-agricultura-293944?idiom=es>
- Schettino, M. (2005). *Enfoques de la realidad I: antes del siglo XX. Introducción a las ciencias sociales y económicas*. Pearson Educación.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (s.f). *Anuario Estadístico de la Producción Ganadera*. Recuperado el 8 de octubre de 2023 de https://nube.siap.gob.mx/cierre_pecuario/
- Solís-Rodríguez, F.T. & Limas-Hernández, M. (2013). Capital social y desarrollo: origen, definiciones y dimensiones de análisis. *Nóesis: Revista de Ciencias Sociales*, 22(43), 188-212. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85927874008>
- Stevenson, N. (2016). Local festivals, social capital and sustainable destination development: experiences in East London. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(7), 990-1006. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.11289>

Zhang, S., Ma, J., Zhang, L., Sun, Z., Zhao, Z., & Khan, N. (2022). Does Adoption of Honeybee Pollination Promote the Economic Value of Kiwifruit Farmers? Evidence from China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8305. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148305>

El papel de las relaciones solidarias en un grupo de pequeños productores y artesanos de Oaxaca durante la pandemia por COVID-19

Magdalena Espina García¹, María Eufemia Pérez Flores², Graciela Eugenia González Pérez³

Resumen

El objetivo principal de este estudio fue identificar la percepción de un grupo de pequeños productores y artesanos de Oaxaca que participaron en la “Tercera Feria de Intercambio de Experiencias Socio productivas de Oaxaca”, con respecto a los efectos y acciones de resiliencia durante la pandemia por COVID-19, en los aspectos económico y social. Para recabar la información de los pequeños productores y artesanos se convocó a la “Tercera Feria de Intercambio de Experiencias Socio productivas de Oaxaca”. La feria tuvo una duración de dos días. Durante el evento se aplicó una entrevista semiestructurada a 25 socioproductores. Las preguntas consideraron las temáticas acerca de la problemática durante la pandemia y relaciones de solidaridad en la solución de los problemas. Los principales problemas que se presentaron fueron: cierre de las tiendas, mercados, negocios y restaurantes donde vendían o entregaban sus productos; no había transporte público por el cierre temporal de las principales vías de comunicación; pocas o nulas ventas; falta de conocimientos sobre ventas en línea y uso de las redes sociales; dificultad para acceder a los insumos o materiales que utilizan; y, por ende, la pérdida de clientes. Derivado de ello, implementaron acciones y relaciones solidarias que les permitieron salir a flote. Se asociaron de manera formal e informal para complementar la venta de sus productos, compartir gastos y responsabilidades.

1 Licenciada en Relaciones Internacionales. Estudiante de la Maestría en Gestión de Proyectos para el Desarrollo Solidario en el Instituto Politécnico Nacional, CIIDIR Unidad Oaxaca. Correo electrónico: mespinag2300@alumno.ipn.mx

2 Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico. Profesora investigadora del Instituto Politécnico Nacional, CIIDIR Unidad Oaxaca. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9448-6317>; Correo electrónico: mperezf@ipn.mx

3 Maestra en Ecología y Ciencias Ambientales. Profesora Colegiada en la Maestría en Gestión de Proyectos para el Desarrollo Solidario y en la Maestría en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales del CIIDIR IPN Unidad Oaxaca. Correo Electrónico: ggonzalezp@ipn.mx

Palabras clave: resiliencia, relaciones solidarias, trueque, redes de trabajo, canales de comercialización.

The role of solidarity relationships in a group of small producers and artisans in Oaxaca during the COVID-19 pandemic

Abstract

The main aim of this study was to identify the perception of a group of small producers and artisans from Oaxaca who participated in the “Third Fair for the Exchange of Socio-Productive Experiences of Oaxaca”, regarding the effects and actions of resilience during the COVID-19 pandemic, in economic and social aspects. The “Third Fair for the Exchange of Socio-productive Experiences of Oaxaca” was held to gather information from small producers and artisans. The fair lasted two days. During the event, a semi-structured interview was conducted with 25 socio-producers. The questions considered the following topics: problems during the pandemic and solidarity relations in solving problems. The main problems that arose during the pandemic were: the closure of stores, markets, businesses, and restaurants where they sold or delivered their products; no public transportation due to the temporary closure of the main roads; few or no sales; lack of knowledge about online sales and the use of social networks; not being able to easily obtain the supplies or materials they use; and, therefore, the loss of customers. As a result, they implemented actions and relationships of solidarity that allowed them to get back on their feet. They joined together formally and informally to complement the sale of their products and share expenses and responsibilities.

Keywords: resilience, solidarity relationships, barter, work networks, marketing channels.

Introducción

La pandemia por el COVID-19 trajo consigo una serie de situaciones que desencadenaron una crisis económica en todos los rincones del mundo. El COVID-19 ha dejado cambios y secuelas en las diversas actividades que se realizan en el ámbito mundial. En este sentido, el sector primario y, en especial, los pequeños productores y artesanos se han visto afectados, y, esta situación ha ocasionado que cambien la manera de producir, transformar y vender sus productos.

En este documento se hizo una revisión de los efectos que trajo la pandemia sobre un pequeño grupo de productores y artesanos que participaron en la Tercera Feria de Intercambio de Experiencias Socio productivas de Oaxaca, convocadas por el Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional (CIIDIR), Unidad Oaxaca del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Así mismo, se hace énfasis en cómo los pequeños productores y artesanos pudieron solventar y sobrevivir a esta situación a través de las relaciones de solidaridad y actos de resiliencia.

En primer lugar, se presentan los antecedentes y conceptos que soportan el trabajo. Posteriormente, se presenta la metodología que se utilizó siendo esta investigación de corte cualitativa en el que se le da una mayor importancia a las entrevistas y lo aportado por las personas. Finalmente, se presentan los principales resultados y conclusiones.

Marco de referencia

La pandemia por el COVID- 19 afectó a los grupos más vulnerables, en este caso a los pequeños productores y artesanos. De acuerdo con Vorley (2002) y Macías (2013), algunas características que identifican a los pequeños productores es que tienen control sobre la tierra que producen, realizan actividades agrícolas con mano de obra familiar sin tanto capital y su producción está destinada a los mercados locales en los cuales ellos mismos venden, ya que no tienen acceso, ni los recursos para comercializarlos en los canales convencionales de ventas. Los artesanos son quienes realizan la

transformación de la materia prima en objetos artesanales; esto quiere decir de manera manual o con ayuda de maquinaria o herramientas simples.

En este contexto de pandemia y de crisis económica en la que se encontraba el mundo entero, surgieron relaciones solidarias que tuvieron el efecto de generar cambios en grupos vulnerables. En este sentido, se define a la solidaridad, de acuerdo con Buxarrais (1998), como el valor de mostrarse unido a otras personas o grupos compartiendo sus intereses y sus necesidades. Estas relaciones solidarias forman un vínculo de colaboración que surgen de la necesidad y momentos de crisis en los que son más importantes los lazos de amistad, trabajo en equipo, reciprocidad, empatía, cooperación y ayuda mutua que las relaciones económicas dictadas por el sistema capitalista.

Algunos efectos de la pandemia por el COVID-19 en pequeños productores se muestran en diferentes trabajos de investigación. Elder (2021), en el estudio titulado *La pandemia y sus efectos: la certificación promueve la resiliencia de los agricultores*, llevada a cabo en seis países con seis productos diferentes, establece que algunos de los efectos de la pandemia en los agricultores fueron los siguientes: cancelación de contratos y pedidos, dificultades para conseguir insumos, restricciones a la movilidad, escasez de mano de obra durante la temporada de siembra y cosecha, problemas en el transporte y la logística, cierre de mercados y demoras en la distribución.

Por su parte, Jara et al. (2022), en un estudio realizado en Atilán, Oaxaca titulado *Bienestar subjetivo y resiliencia durante la Covid-19*, entre productores oaxaqueños dentro de economía solidaria, en un grupo de productores de café y miel, establece que los problemas a los que se enfrentaron los productores fueron restricciones en las vías de circulación ya que se dio el cierre para la entrada y salida de las comunidades, se dio una pérdida de clientes locales y regionales, muchos negocios cancelaron pedidos ya hechos, y por ende, disminuyeron las ventas.

López-Ridaura et al. (2021), en el artículo *Immediate impact of COVID-19 pandemic on farming systems in Central America and Mexico*, encontraron que en los sistema de producción de subsistencia y pequeños productores se dio una reducción de la movilidad y disminución de las oportunidades de ingresos, se observó el cierre de mercados locales y dificultades para comercializar materias primas y productos transformados, hubo una disponibilidad limitada y alto precio de los insumos y disminuyó la disponibilidad de mano de obra ocasional.

En el contexto de la pandemia, la resiliencia fue un elemento que siempre estuvo presente entre los productores y artesanos. Grotberg (1996) define la resiliencia como la capacidad universal que permite a las personas, ya sea de manera individual o colectiva, el prevenir, minimizar o superar los efectos de las adversidades. De acuerdo con Carazo (2018), la resiliencia es un proceso dinámico, en constante aprendizaje del individuo y su entorno que le proporciona elementos para enfrentar y superar situaciones adversas, aprender de ellas y utilizar esas experiencias para desarrollar estrategias de enfrentamiento ante situaciones posteriores.

Fuente (2012) hace referencia a la resiliencia social para definir la capacidad que tienen las comunidades de organizarse, adaptándose a nuevas condiciones o situaciones que generan un aprendizaje nuevo en momentos críticos. González et al. (2023) hacen referencia y utilizan tres aspectos asociados al concepto de resiliencia: la amortiguación, la auto organización y el aprendizaje y la adaptación al cambio.

En este sentido, para efectos del presente trabajo, la resiliencia se puede definir como todo aquello que ayudó a los productores y artesanos para reponerse de lo que pudieron haber perdido por la pandemia de COVID-19, a través de los medios de producción y productos de su trabajo (parcela, taller, cocina u otro lugar de producción) ya que estos facilitaron y ayudaron a adaptarse para poder vivir bien y poder ayudar a sus familias en este periodo.

Un antecedente con los productores y artesanos de la tercera feria es que, antes de la pandemia, en el año 2018 y 2019 ya se habían realizado dos ferias de intercambio de experiencias socio-productivas y ventas de productos regionales oaxaqueños en el CIIDIR, Unidad Oaxaca del IPN, con la finalidad de fomentar la práctica de la soberanía alimentaria, el comercio justo y la vinculación de productores, académicos y estudiantes de la Maestría en Gestión de Proyectos para el Desarrollo Solidario.

Los resultados que se obtuvieron de dichas feria fueron: el interés y la propuesta de los productores para que se pudieran realizar eventos como estos de manera periódica (anuales), la creación de una base de datos con un total de 25 productores agroindustriales y la motivación de los estudiantes, maestros y comunidad politécnica, en general, para consumir productos locales; así como, conocer experiencias de éxito y limitaciones de las nuevas

organizaciones socio-productivas que se estaban desarrollando en el Estado de Oaxaca (Núñez et al., 2018).

De acuerdo con Aguilera (2015), las ferias ofrecen o representan un espacio que favorece el intercambio de información propicio al desarrollo, profundización y situación del saber cómo construcción social entre los diferentes sectores en el que participan (académicos, productores, consumidores). Así pues, el objetivo del presente trabajo es identificar la percepción de un grupo de pequeños productores y artesanos de Oaxaca que participaron en la feria, con respecto a los efectos y acciones de resiliencia durante la pandemia por COVID-19, en los aspectos económico y social.

Metodología

Este proyecto se trató de una investigación transversal de enfoque cualitativo. En primer lugar, se convocó a la “Tercera Feria de Intercambio de Experiencias Socio Productivas de Oaxaca” como estrategia para generar y obtener información relacionada con el fortalecimiento de las relaciones solidarias de los pequeños productores y artesanos. La convocatoria fue abierta para todos los productores y artesanos del Estado que quisieran participar. Se promocionó y se le dio difusión a través de medios electrónicos y se envió a todos los contactos que fueran productores o artesanos.

La feria se llevó a cabo los días 14 y 15 de diciembre de 2022 con el objetivo de intercambiar experiencias ante la problemática múltiple generada por la pandemia, y para abordar las estrategias y los retos entre los socio-productores del Estado de Oaxaca y la comunidad politécnica. Esto a través de charlas entre productores, exposiciones orales y carteles.

Previo al evento, los interesados en participar respondieron a una batería de preguntas que tenían el siguiente contenido: Nombre completo, número de celular, género, ¿De dónde es usted originaria u originario?, ¿Qué producto (s) vende?, ¿Es usted la productora o productor de su materia prima principal?, ¿Cuántos años tiene de ser socio-productora o socio-productor?, ¿Está usted asociada o asociado con?, ¿Con cuántos integrantes está asociada o asociado?, ¿En dónde vende su producto(s)? ¿A qué problemas se enfrentó durante la pandemia? y ¿Cómo lo superó? Esto con la finalidad de conocer el perfil de los pequeños productores y artesanos que participaron en la feria.

Durante la feria se aplicó una entrevista semiestructurada (Russell, 1995), que se contestó de manera voluntaria por 25 socioproductores y artesanos que quisieron participar. Las preguntas iban en torno a: datos de identificación de los productores y artesanos, lugar de origen, nombre del grupo y productos, los problemas enfrentados durante la pandemia de COVID-19, formas de solventarlos, si el apoyo solidario fue un recurso para su solución y el intercambio de una experiencia como ejemplo. Por tratarse de una aproximación cualitativa, el análisis se basó en la creación de categorías y subcategorías que arrojaron las entrevistas según los ejes temáticos abordados.

Resultados

Como resultado de la convocatoria para participar en la feria, se contó con la participación de 40 socioproductores y artesanos (figura 1). Según los resultados, del 100 % de los participantes, el 73 % fueron mujeres y el 27 % hombres.

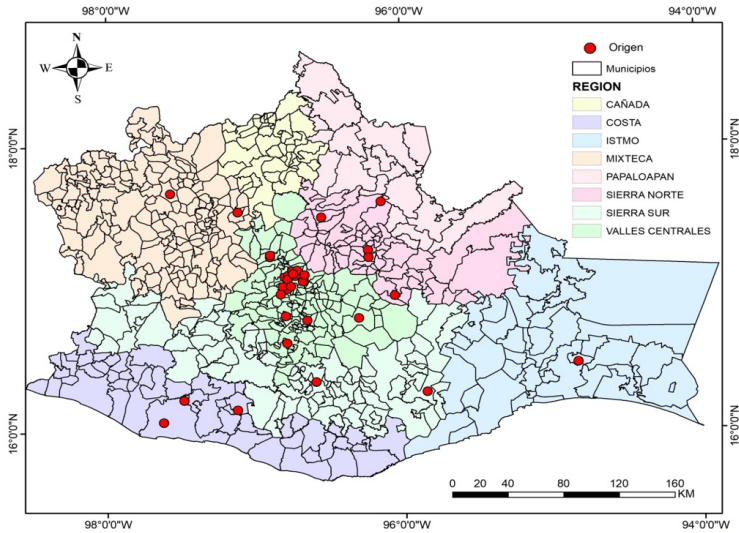
Figura 1. Tercera Feria de Intercambio de Experiencias Socio Productivas de Oaxaca



Fuente: Fotografías tomadas por Cruz (2022).

En lo que refiere al lugar de procedencia de los socioproductores y artesanos, se encontró una amplia participación de diferentes regiones del estado, como se muestra en la figura 2.

Figura 2. Lugar de origen de los socioproductores y artesanos



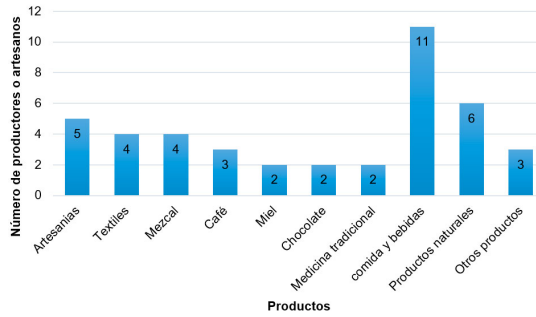
Fuente: elaboración propia en el laboratorio de Sistemas de Información Geográfica del CIIDIR-IPN, OAX. (2023).

Como se puede observar, el 52.5 % de los participantes provenían de la región de los Valles Centrales (21 personas), seguidos de la región de la Sierra Norte (6 personas), Sierra Sur (5 personas), Costa (3 personas), Mixteca (2 personas), Istmo (1 persona) y hubo 2 participaciones de personas del Estado de Veracruz. Cabe señalar que las regiones de la Cañada y el Papaloapan no tuvieron representación. Esta ausencia se le puede atribuir a las siguientes razones: lejanía de las regiones respecto al lugar del evento, los cuidados, medidas y el confinamiento que aun prevalecían en las comunidades derivados de la pandemia por COVID-19, o, a una posible deficiencia en la difusión.

Con respecto a los productos que más comercializan los productores y artesanos son: comidas y bebidas (figura 3), dentro de las cuales se encuentran quesadillas, empanadas de amarillo y memelas de guisados, salchicha ejute-

ca, queso de puerco, hortalizas, tostadas de maíz, maíz, semillas de calabaza, queso de rancho, quesillo, yogurt griego, requesón, rueditas de amaranto, cacahuete tostado, mix de semillas, salsas de ajo, salsa de chiles, panadería y repostería, téjate y derivados del téjate, agua de chilacayote, tisanas, té, infusiones, entre otros.

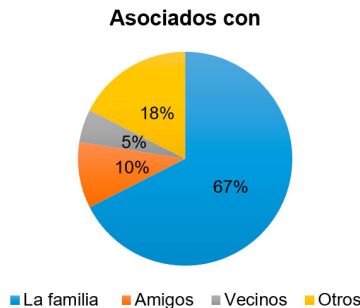
Figura 3. Productos que comercializan



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, el 100 % de los participantes refieren estar asociados, el 67.5 % con un familiar, el 18 % con otros, el 15 % con amigos o vecinos. En la figura 4 se aprecia la frecuencia de asociatividad. El número de integrantes en la asociatividad va desde dos personas hasta la integración de comunidades completas (como, por ejemplo, la agrupación “E costa Yutu Cuii” que está integrada por 20 comunidades). El periodo que tienen de ser socioproductores o artesanos van desde 1 a 30 años de antigüedad.

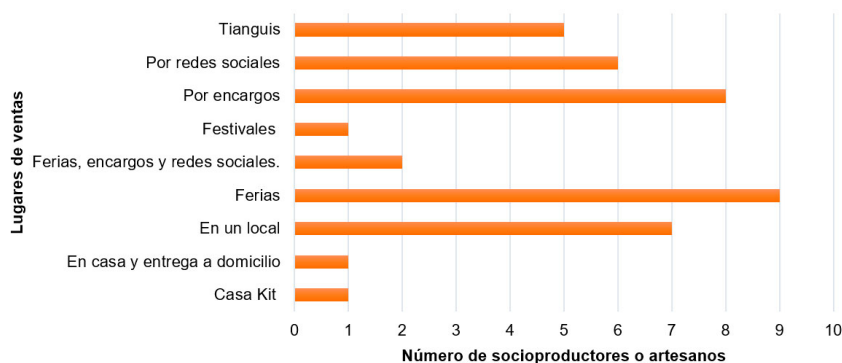
Figura 4. ¿Estas asociado/a con?



Fuente: elaboración propia

Otro aspecto para considerar es el lugar donde ofertan sus productos (ver figura 5), siendo las ferias el lugar al que mayormente recurren, seguido de los pedidos por encargos, en un local fijo, las ventas por redes sociales, los tianguis y hay quienes utilizan más de un canal para sus ventas.

Figura 5. Punto de ventas de los productos



Fuente: elaboración propia

Respecto a los problemas a los que se enfrentaron durante la pandemia de COVID-19 fueron variados. Los resultados se obtuvieron de la aplicación de las entrevistas semiestructuradas a 25 participantes. A continuación, se muestran algunas de sus respuestas:

A mí me afectó la pandemia principalmente para conseguir el material y en las visitas al taller, que con el confinamiento ya no iba nadie. En eso fue lo que a mí me afectó, para conseguir los materiales que se tienen que ir a traer a distintos lugares, donde, por un tiempo estaba prohibido pasar por ahí. Y en eso fue lo que a mí me afectó. Pues tratando de conseguir el material, pero era más costoso o difícil de acceder a esas zonas (Pereo, S. Comunicación personal, 15 diciembre 2022).

Con la pandemia y como hubo cuarentena en el pueblo, pues, obviamente no podían entrar ni trabajadores ni paisanos y fue un poco difícil encontrar en ese aspecto quien nos ayudara con el recojo del café, y también, en el caso de ya, cuando lo traíamos, era que

no encontrábamos donde poner nuestros productos. Los mercados cerraron, las tienditas que nos daban un espacio, pues igualmente, cerraron por la pandemia (A. Comunicación personal, 15 de diciembre 2022).

Nosotros pues estuvimos en la casa, pues haciendo, pues de todo un poco, tamales, cosas de maíz, no, que es lo que trabajamos con lo del tejate. Hicimos tamales, tortillas y nos dedicamos a ofrecer a las comunidades, en la comunidad donde vivimos pues a nuestros vecindados, pero la verdad es, de que, sí nos afectó bastantísimo (Antonio S. Comunicación personal, 15 de diciembre 2022).

Yo me enfrenté a que cerraron muchas de las tiendas que yo surtía y como grupo en la comunidad creo que nos enfrentamos a que no podíamos salir, que habían tapado muchas carreteras, entonces, no podíamos llevar nuestros productos, bueno traerlos aquí a Oaxaca y tampoco podíamos llevarlos a otros lugares (V. Comunicación personal, 15 de diciembre 2022).

Pues con lo de la pandemia preferimos hacer un producto que se vendiera más rápido y fuera más económico, porque pues, por lo mismo pues, que ahora sí, que la economía no estaba como para comprar productos de un mayor precio. Entonces empezamos a elaborar lo que es las macetas y las figuras decorativas (Lara, R. Comunicación personal, 15 de diciembre de 2022).

La mayoría de los productores y artesanos coincidieron en el cierre de ventas que se dio en los canales tradicionales de comercialización, provocado por las pocas o nulas ventas en ese periodo, así también, hubo una pérdida de empleos y se generaron pocos ingresos.

Otro aspecto que plantearon fue que se dio una escasez de materia prima o materiales para la elaboración de sus productos, por lo que, en algunos casos optaron por cambiar los productos que ofrecían: “Lo único que vendimos fueron los cubrebocas” (Anónimo, comunicación personal, 15 diciembre de 2022). Esto los hizo cambiar de giro, de venta de ropa artesanal del Istmo de Tehuantepec por cubrebocas.

El cierre de carreteras y pueblos, en la mayoría de los casos, en la Sierra Norte hizo que los socioproductores no pudieran salir de sus comunidades de origen para ofrecer sus productos y se dio una pérdida de sus productos. Así también, hay quienes mencionaron que, para ellos la pandemia no representó ningún problema, al contrario, fue un área de oportunidad ya que se dedicaron a curar con hierbas y remedios naturales.

Las ventas en línea representaron una opción en ese momento, pero la mayoría de los productores o artesanos, no estaban preparados ni familiarizados para vender través de este canal de comercialización o por redes sociales y esto representó un problema más.

En lo que se refiere a la pregunta de ¿cómo solventaron esos problemas y si recurrieron a ayuda solidaria?, el 100 % de los socioproductores o artesanos aceptaron que, si hubo mucha ayuda solidaria, en la mayoría de los casos de la propia familia.

A continuación, se muestran algunas de sus respuestas:

Empezamos a elaborar lo que son macetas y las figuras decorativas. Me asocié con una amiga que tienen un viverito y juntas empezamos ahora sí que a mostrar sus plantitas con mis macetas y así lo he empezado a trabajar y se me ha vendido muy bien (Lara, R. Comunicación personal, 15 diciembre de 2022).

El apoyo fue solidario y más familiar... nos pusimos a sembrar más, nos pusimos a sembrar, por ejemplo, rábanos, acelgas, todo lo que se da en la comunidad.... ahora sí que nos dimos el tiempo para volver a otra vez a la tierra nuevamente, pues, a sembrar nuestros rábanos, nuestras calabazas, nuestras hortalizas, todo eso fue lo que nos dedicamos a hacer en casa. Eso fue solidario. En cuestión familiar, incluso, hasta en comunidad, se podría decir entre vecinos, pues nos ayudamos a eso, a volver otra vez al campo y eso fue lo que nos favoreció y ayudó por eso sobrevivimos (Antonio, S. Comunicación personal, 15 de diciembre de 2022).

Primero se empezó a trabajar nuevamente con la familia y sobre todo en la comunidad porque pues como les comentaba se dio el

trueque ahí en la comunidad, entonces, ese es el apoyo solidario que se dio entre nosotros y no solo con nuestros productos, no, sino con los demás, porque la comunidad es de artesanías, entonces tienen bordados a mano, rebosos, se trabaja mucho en lo que es telar y de esa manera fue el apoyo solidario que se dio (Hernández García, V. Comunicación personal, 15 de diciembre de 2022).

Esta necesidad pues también económica fue la que, pues nos orilló como a platicarlo entre varios compañeros y teníamos como inquietud de tener una tienda, pero no teníamos la capacidad tal vez para sustentarla una persona sola y pues, este, dijimos vamos a hacer un grupo, una cooperativa, este, pues, nos compartimos gastos, nos compartimos, este pues, responsabilidades y pues poco a poco la hemos mantenido pues (Rodríguez, J.B. Comunicación personal, 15 de diciembre de 2022).

Como se puede observar en la mayoría de los casos el apoyo se dio por parte de un familiar, pero también se observa el apoyo de otros productores o artesanos, y el apoyo de amigos y conocidos.

Un elemento importante que se observa en estas respuestas es que con la pandemia se retoma y se le da mayor importancia al cultivo de la tierra ya que algunos de los entrevistados comentaron que regresaron a sus comunidades de origen con sus familias a cultivar la tierra llevando a cabo relaciones solidarias y de intercambio (trueque) de sus productos dentro de sus comunidades.

Otro aspecto que comentaron fue el apoyo que le dieron los hijos a sus padres en el tema de las ventas en línea o por redes sociales, ya que fueron ellos quienes motivaron e incentivaron las ventas por estos medios.

Conclusiones

En esta investigación, se logró identificar la percepción de un grupo de pequeños productores y artesanos de Oaxaca que participaron en la “Tercera Feria de Intercambio de Experiencias Socio productivas de Oaxaca”, con

respecto a los efectos y acciones de resiliencia durante la pandemia por COVID-19, en los aspectos económico y social. Se encontró que se enfrentaron a problemas que tenían que ver con la escasez de materiales para elaborar sus productos, el cierre de comunidades y el estado de cuarentena en el que se mantenían, cierre de locales, se detuvo la producción, se generó desempleo, cambio o abandono del trabajo y pérdida de clientes.

Como respuesta, los productores y artesanos implementaron acciones y relaciones solidarias (ayuda mutua, cooperación, reciprocidad, trabajo en equipo, empatía) que les permitieron salir a flote. Se asociaron de manera formal e informal; en el ámbito familiar, con vecinos o amigos, en comunidad y con otros. Así también, llevaron a cabo acciones de resiliencia que, en algunos casos, representaron áreas de oportunidad en esos momentos de crisis.

Estos resultados coinciden con los trabajos realizados por Elder (2021), López-Ridaaura et al. (2021) y Jara et al. (2022) en el sentido en que, se encontraron las mismas problemáticas (restricciones a la movilidad, cierre de comunidades, cierre de mercados locales, dificultades para adquirir insumos y materias primas, disminución de las ventas y la escasez de mano de obra), en las diferentes áreas en las que se llevaron a cabo sus investigaciones (Centroamérica y México, Sierra Norte de Oaxaca y en otros países del mundo).

Así mismo, la presente investigación arroja resultados similares con López-Ridaaura et al. (2021) ya que establecen que los pequeños agricultores o productores de subsistencia mostraron una mayor capacidad de adaptación a los efectos ocasionados por la pandemia. Algunos mecanismos para hacer frente a la pandemia fueron la acción colectiva y la organización entre productores, la generación de cadenas de valor alternativas, la innovación en los sistemas de entrega de los productos y el uso masivo de los medios digitales para vender.

Esto coincide con Jara et al. (2022) y Elder (2021) en el aspecto de la alianza con otros productores ya que se dan las relaciones sociales solidarias que van a ayudar a crear vínculos y redes que van a mejorar las capacidades y condiciones sociales y económicas de los productores y artesanos.

Referencias bibliográficas

- Carazo V. V. (2018). Resiliencia y coevolución neuroambiental. *Revista Educación*, (42)2, 1-31. <https://www.redalyc.org/journal/440/44055139033/html/>
- Aguilera, F. J. G. (2015). La Importancia de la Realización de Ferias de Mercadotecnia. *Revista Multi-Ensayos*, 1(2).
- Buxarraís, M. (1998). Educar para la solidaridad. Organización de Estados Iberoamericanos. Programa educación en valores, sala de lectura.
- Elder, S. (2021). La pandemia y sus efectos: La certificación promueve la resiliencia de los agricultores. International Institute for Sustainable Development. Manitoba, Canadá. <https://www.iisd.org/system/files/2021-05/covid-19-certification-farmer-resilience-es.pdf>
- Fuente, C.M.E. (2012). La comunalidad como base para la construcción de resiliencia social ante la crisis civilizatoria. *POLIS. Revista Latinoamericana*, 11(33), 1-16. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30525012012>
- González V. S. E., Tapia, G. L.A., Martínez, G. G. A., & Toledo, L. A. (2023). Resiliencia agrícola en los pequeños productores de agave en Oaxaca. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 14(2), 197-209. <https://doi.org/10.29312/remexca.v14i2.3055>
- Grotberg, E. H. (1996). The International Resilience Project Findings from the Research and the Effectiveness of Interventions. Annual Convention of the International Council of Psychologists (54th, Banff, Canada, July 24-28, 1996). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED419584.pdf>
- Jara, C. F., López, C. J.Y. & Pérez, F. M.E. (2022). En Jiménez García, M. (Ed.), *Repercusiones sociales y económicas del COVID-19*. pp 51-62. Asociación Mexicana de Investigación Interdisciplinaria (ASMIIA, A.C.).
- Lopez-Ridauro, S., Sanders, A., Barba-Escoto, L., Wiegel, J., Mayorga-Cortes, M., Gonzalez-Esquivel, C., Lopez-Ramirez, M.A., Escoto-Masis R.M., Mo-

rales-Galindo, E. & García-Bárcena, T. S. (2021). Immediate impact of COVID-19 pandemic on farming systems in Central America and Mexico. *Agricultural Systems*, 192, 103178. <https://doi.org/10.1016/j.agry.2021.103178>.

Macias, M. A. (2013). Introducción. Los pequeños productores agrícolas en México. *Carta Económica Regional*. Año 25 | Núm. 111-112 | Enero - diciembre 2013.

Núñez, R. Y. L., Jiménez, L. R., Pérez-Ruiz, A. S., González-Pérez G. E. & Pérez-Flores M. E. (17 y 18 de mayo de 2018). Intercambio de experiencias socio-productivas y venta de productos regionales oaxaqueños [Memoria de Resúmenes]. XI Jornadas Politécnicas en Ciencia y Tecnología, Oaxaca, México. <https://intranet.ciidiroaxaca.ipn.mx/jornadaspolitecnicas/sites/default/files/docs/memorias/memoria-resumenes-2018.pdf>

Rusell, B. H. (1995). *Métodos de investigación en antropología: Abordajes cualitativos y cuantitativos*. C.A, AltaMira Press.

Vorley, B. (2002). *Sustaining agriculture: policy, governance, and the future of family-based farming*. London: International Instituto for Environment and Development.

Perfiles de consumidores de alimentos orgánicos de mercados locales alternativos

Sandra Nelly Leyva-Hernández¹, Arcelia Toledo-López²

Resumen

Los alimentos orgánicos producen múltiples beneficios tanto en su producción como en su consumo, debido a que permiten un sistema de producción sustentable. Para su comercialización, los pequeños productores utilizan espacios que son mercados locales alternativos, los cuales promueven la economía solidaria y la participación comunitaria. El objetivo de la investigación fue describir los perfiles de los consumidores desde el análisis de su deseo. Para ello, se recolectaron datos de una muestra de 96 mercados locales alternativos de los Estados de Oaxaca, México y Ciudad de México. Se realizó un análisis de conglomerados jerárquico para agrupar por variable y un análisis de conglomerados por k-medias para agrupar los casos en los dos grupos obtenidos. El primer clúster se integró por consumidores con deseos altruistas-colectivos preocupados por el ambiente y la sociedad y el segundo clúster se integró por consumidores con deseos hedónicos-individuales caracterizados por una preocupación hacia su salud y apariencia. Se recomienda que los pequeños productores desarrollen alimentos para cada uno de los dos grupos, unos enfocados en el respeto al ambiente y sociedad y otros dirigidos al cuidado de la salud y la apariencia.

Palabras clave: economía solidaria, mercados locales alternativos, alimentos orgánicos, deseo del consumidor.

¹ Doctora en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales; Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín, Campus Ensenada; profesora-investigadora coordinadora del Programa Educativo Ingeniero en Agronegocios; Baja California, México; sandra.n.leyva@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-5687-9945>

² Doctora en Filosofía en Administración; Instituto Politécnico Nacional, Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional Unidad Oaxaca, profesora-investigadora; Oaxaca, México; artoledol@ipn.mx; <http://orcid.org/0000-0002-2328-5438>

Organic food consumers profiles from alternative local markets

Abstract

Organic foods provide multiple benefits both in their production and consumption, as they allow for a sustainable production system. For commercialization, small producers use spaces such as alternative local markets, which promote solidarity economy and community participation. The aim of the research was to describe consumer profiles by analyzing their desires. Data was collected from a sample of 96 alternative local markets in the states of Oaxaca, Mexico, and Mexico City. A hierarchical cluster analysis was performed to group by variable, and a k-means cluster analysis was conducted to group cases into two obtained groups. The first cluster consisted of consumers with altruistic-collective desires, concerned with the environment and society, while the second cluster consisted of consumers with hedonic-individual desires, characterized by a concern for their health and appearance. It is recommended that small producers develop food products for each of these two groups, with some focused on environmental and social respect, and others directed at health and appearance care.

Keywords: solidarity economy, alternative local markets, organic food, consumer desire

Introducción

La agricultura orgánica brinda alternativas a los pequeños productores al ser un sistema de producción sustentable ecológica, económica y socioculturalmente (Bustamante-Lara et al., 2017). En México, los pequeños productores orgánicos comercializan sus productos a través de mercados locales alternativos como los tianguis, que son mercados locales itinerantes basados en la solidaridad y la participación ciudadana, ya que no cuentan con las facilidades para vender en mercados desarrollados como lo hacen los pro-

ductores más grandes (García-Bustamante et al., 2016). Para apoyar a estos productores surgió la “Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos” que tiene como objetivo fortalecer el comercio local al promover la comercialización de sus productos en tianguis y mercados (Bustamante-Lara & Schwen-tesius-Rindermann, 2018).

Si bien estos mercados han logrado comercializar los productos, aún existe gran potencial de generar constancia en el consumo, nuevos hábitos y transformación de la cultura alimentaria local (Roldán-Rueda, 2020), además de lograr la fidelidad de un mayor número de consumidores. El conocimiento de las características de los consumidores puede desarrollar estrategias de venta adecuadas que impulsen la comercialización. Por ejemplo, en México, (Escobar-López et al., 2017) han caracterizado a los consumidores de alimentos orgánicos por su conciencia ecológica, aspectos económicos, certificaciones, salud y confianza. A su vez, Beltrán (2019) los ha caracterizado por sus actitudes, creencias y valores ecológicos. Aunque los autores presentan una clasificación de consumidores, dejan de lado el hedonismo del consumidor.

El consumidor es un ser complejo no sólo caracterizado con motivaciones hedónicas-individuales, sino también altruistas-colectivas (Kareklas et al., 2014). Por lo que su comprensión debe considerarse de forma integral tanto individual como colectiva. El objetivo de la investigación es describir los perfiles de los consumidores de alimentos orgánicos en mercados locales alternativos a partir del análisis de los deseos de los consumidores. De esta manera, se puede ampliar la comprensión del consumidor desde una visión hedónica-individual y altruista-colectiva. Con ello, la presente investigación busca responder la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los perfiles de los consumidores de alimentos orgánicos en mercados locales alternativos respecto a su deseo?

Este documento continúa con el marco de referencia, donde se profundiza la literatura de los mercados locales desde la perspectiva de la economía solidaria y la dualidad del consumidor en consumo orgánico. Se prosigue con la metodología donde se describe cómo se analizaron los datos. Después, se detallan los resultados obtenidos sobre los perfiles de los consumidores. Finalmente, se presentan las conclusiones y reflexiones finales de la investigación.

Marco de referencia

Los mercados locales alternativos pueden entenderse como mercados sociales en donde coexiste una red de producción, distribución y consumo con procesos democráticos, ecológicos y solidarios (Arnold & Galán, 2014). Distintos debates han distinguido estos espacios por su cercanía geográfica, su corta cadena de abastecimiento (casi nula intermediación), sus intercambios solidarios, su enfoque sustentable y su forma de gobernanza (Torres-Salcido, 2022). En México, estas plazas de intercambio han adquirido varias denominaciones como orgánicos, agroecológicos, solidarios, y naturales por mencionar algunos, donde convergen actores como académicos, pequeños productores y consumidores (García-Bustamante et al., 2020).

Estos espacios, desde el enfoque de la economía solidaria, coadyuvan en la calidad de vida y producción local, con lo que se favorece el desarrollo local (Panch et al., 2017). Los actores participantes establecen relaciones de confianza y cooperativismo en los diferentes procesos de estos mercados como la producción, distribución y consumo (García-Bustamante et al., 2020). Los mercados alternativos presentan una visión dinámica de transformación de los sistemas agroalimentarios para el intercambio no sólo de alimentos, sino también de saberes (García-Bustamante et al., 2020; Roldán-Rueda et al., 2018). Además, estas organizaciones cooperativas fomentan la integración de redes empresariales (Panch et al., 2017).

Estos mercados funcionan como cooperativas y empresas sociales bajo el eje de la economía solidaria con la que se puede lograr el desarrollo local de las comunidades (Panch et al., 2017). Los productores de estos mercados pueden entenderse como microempresarios de mercados de subsistencia ya que tienen diferencias drásticas en recursos y capacidades con los mercados desarrollados (Viswanathan et al., 2010). A la vez que en estos espacios se permite el intercambio comercial también es posible el intercambio de saberes e información que logra incorporar acciones solidarias y recíprocas (Roldán-Rueda et al., 2018). Además, en los mercados locales se desarrolla una relación uno a uno con el productor-consumidor que favorece una forma diferente de participación y diálogo que en mercados convencionales (Roldán-Rueda, 2020).

Aun cuando en los mercados locales alternativos se busca el cooperativismo y solidaridad el consumidor no es un ser totalmente orientado al colectivismo o altruismo, también tiene comportamientos hedónicos (Kareklas et al., 2014). Se ha señalado que el consumo orgánico más que un consumo ético puede identificarse con un consumo hedonista alternativo, pues el consumidor tiene dos polaridades, una enfatiza sus propios placeres y bienestar y otra que implica la responsabilidad colectiva (Zagata, 2014). En consumidores jóvenes también se ha considerado la dualidad del consumidor puesto que los valores egoístas y altruistas son relevantes para este en su intención de compra (Brümmer & Zander, 2020).

El elemento hedonista se refiere al dominio centrado en el yo que se relaciona con aspectos de gratificación, de placer y sensoriales (Aertsens et al., 2009; Anisimova, 2016; Grunert & Juhl, 1995; Hirschman & Holbrook, 1982). A su vez, el elemento altruista se refiere al dominio centrado en el otro, donde el actuar está ligado al apoyo de otros sin algún beneficio individual (Puska, 2019). El aspecto hedonista del consumidor orgánico se basa en la satisfacción de deseos individuales para mejorar la calidad de vida y la imagen; mientras que el altruista enfatiza el sentido de responsabilidad hacia la sociedad y el ambiente (Zhao et al., 2024).

El deseo del consumidor a diferencia de la intención de compra orgánica es un estado que busca el logro de una meta a través de la compra orgánica, de acuerdo con el modelo de conducta dirigido a metas (Leyva-Hernández et al., 2021; Perugini & Bagozzi, 2001). En este caso, las metas pueden ser diversas y no necesariamente el comportamiento en sí mismo (Perugini & Bagozzi, 2001). Dado que el consumidor orgánico tiene aspectos duales, las metas deberían estar relacionadas a esta dualidad. Por lo que en esta investigación el deseo contempla metas asociadas hacia el aspecto hedonista como el cuidado de la salud y la apariencia y el aspecto altruista hacia la protección del ambiente y bienestar de los pequeños productores.

Metodología

En la investigación se utilizó el método de investigación hipotético-deductivo, a través de un estudio transversal y exploratorio. El estudio se realizó

de acuerdo con los lineamientos de la Declaración de Helsinki. Para la recolección de los datos se utilizó un cuestionario estructurado por un muestreo a conveniencia. Se obtuvo una muestra de 96 consumidores de alimentos orgánicos en mercados locales alternativos de México.

Para la recolección de datos, se seleccionaron tres localidades (la Ciudad de México, el Estado de México y el Estado de Oaxaca) que de acuerdo con Leyva-Hernández et al. (2021) son las entidades con mayor demanda de alimentos orgánicos en México. En la primera localidad se recopiló el 37.5 % de la muestra, en la segunda localidad se recopiló el 25 % de la misma y en la tercera localidad se recopiló el resto de la muestra.

Los criterios de selección de la muestra fueron que la edad mínima de los consumidores fuera de 18 años y que consumieran alimentos orgánicos. El 29.2 % de los datos se recopiló vía internet a través de Google Forms con preguntas filtro para considerar únicamente a los consumidores de alimentos orgánicos que obtuvieran sus alimentos en mercados locales alternativos. El 70.8 % de los datos se recopiló de manera presencial en mercados locales alternativos contando con la participación voluntaria de los consumidores que visitaron las localidades de la muestra. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los sujetos entrevistados que participaron en este estudio.

El instrumento de medición se integró por variables sociodemográficas y una latente. Las variables sociodemográficas incluyeron el lugar de recolección, la edad, el género, la escolaridad, el ingreso mensual aproximado, el estado civil y la ocupación. La variable latente analizada fue el deseo del consumidor.

Las medidas del lugar de recolección fueron los tres Estados donde se recolectaron los datos. La edad se midió desde 18 años hasta 74 años. Las categorías de género fueron femenino y masculino. Las medidas de la escolaridad abarcaron desde nivel primaria hasta doctorado. El ingreso mensual aproximado incluyó cuatro categorías: 1) menos de \$9,000, 2) de \$9,000 a \$18,000, 3) de \$18,000 a \$36,000 y 4) más de \$36,000 pesos mexicanos. La variable estado civil incluyó seis categorías: casado, divorciado, soltero, separado, unión libre, y viudo. Y la ocupación se integró por cinco categorías, siendo estas: dedicado al hogar, empleado, estudiante, jubilado, y trabajador independiente. La distribución de estas categorías en la muestra se detalla en la tabla 1.

Tabla 1. Datos sociodemográficos de la muestra

Variable sociodemográficas		Total
Lugar de recolección	Ciudad de México	36 (37.5%)
	Estado de México	24 (25%)
	Estado de Oaxaca	36 (37.5%)
Edad	Mínimo: 18 años Máximo: 74 años	Media: 39.2
Género	Femenino	63 (65.6%)
	Masculino	33 (34.4%)
Escolaridad	Primaria	1 (1%)
	Secundaria	4 (4.2%)
	Bachillerato	18 (18.8%)
	Licenciatura	51 (53.1%)
	Maestría	21 (21.9%)
	Doctorado	1 (1%)
Ingreso mensual aproximado	Menos de \$9,000	38 (39.6%)
	De \$9,000 a \$18,000	45 (46.9%)
	De \$18,000 a \$36,000	11 (11.5%)
	Más de \$36,000	2 (2%)
Estado civil	Casado	35 (36.5%)
	Divorciado	1 (1%)
	Separado	2 (2%)
	Soltero	51 (53.1%)
	Unión libre	6 (6.3%)
	Viudo	1 (1%)
Ocupación	Dedicado al hogar	5 (5.2%)
	Empleado	47 (49%)
	Estudiante	20 (20.8%)
	Jubilado	4 (4.2%)
	Trabajador independiente	20 (20.8%)

Las medidas de la variable latente deseo del consumidor fueron tomadas de Leyva-Hernández et al. (2021). Se utilizó una escala Likert de 7 puntos, desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 7 (totalmente de acuerdo) para la medición de la variable. Las medidas de esta variable se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Variables latentes y sus medidas

Variable	Ítem	
Deseo del consumidor	DESE1	Deseo verme bien físicamente al comprar productos orgánicos
	DESE2	Deseo cuidar mi físico al comprar alimentos orgánicos
	DESE3	Deseo bajar de peso o mantenerlo al comprar alimentos orgánicos
	DESE4	Deseo cuidar de mi salud al comprar alimentos orgánicos
	DESE5	Deseo conservar mi salud al comprar alimentos orgánicos
	DESE6	Deseo procurar mi estado de salud al comprar alimentos orgánicos
	DESE7	Deseo cuidar el ambiente al comprar alimentos orgánicos
	DESE8	Deseo conservar el ambiente al comprar alimentos orgánicos
	DESE9	Deseo ser ambientalista al comprar alimentos orgánicos
	DESE10	Deseo mejorar las condiciones de vida de los productores y sus familias al comprar alimentos orgánicos
	DESE11	Deseo contribuir a la economía de los productores y sus familias al comprar alimentos orgánicos
	DESE12	Deseo garantizar pagos justos a los productores al comprar alimentos orgánicos

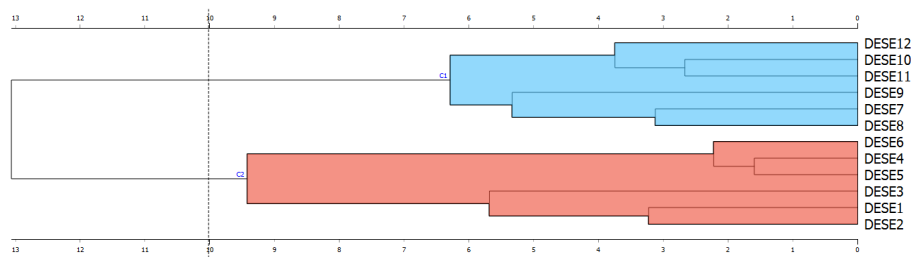
Fuente: datos tomados de Leyva-Hernández et al. (2021)

El análisis de datos se realizó tomando como base el análisis de conglomerados jerárquicos y por k-medias por medio del software Orange 3 (Tebala-Domenico & Marino, 2023). En el análisis de conglomerados jerárquicos se agruparon las variables de estudio con la finalidad de identificar el número óptimo de clústeres por medio de un dendrograma (Rajabi et al., 2020). En el análisis de conglomerados por k-medias se confirmó por el valor de silueta el número óptimo de clústeres para agrupar los datos (Tebala-Domenico & Marino, 2023). Además, se realizó una prueba de chi-cuadrado para determinar la diferencia significativa entre los clústeres.

Resultados

A partir del análisis por conglomerados jerárquicos, se obtuvo el dendrograma en el cual se muestran los clústeres obtenidos. Con una distancia Ward de 10, el número de clústeres fueron dos como se observa en la figura 1.

Figura 1. Dendrograma de clasificación



Para confirmar el número de clústeres, se realizó un análisis de conglomerados por k-medias. Se evaluó el valor de silueta para garantizar la confiabilidad del clúster, es decir la pertenencia de un elemento a cierto clúster y no a otro (Tebala-Domenico & Marino, 2023). Se consideraron dos clústeres con un valor silueta promedio de 0.63 a diferencia del valor silueta resultado de tres clústeres de 0.59 como se muestra en la tabla 3. De acuerdo con Tebala-Domenico & Marino (2023), un valor silueta entre 0.5 y 0.7 representa confiabilidad en el número de clústeres.

Tabla 3. Valores Silueta

Valores Silueta con tres clústeres			Valores Silueta con dos clústeres		
Caso	Clúster	Silueta	Caso	Clúster	Silueta
1	C1	0.568532	1	C2	0.529411
2	C1	0.567875	2	C1	0.680974
3	C1	0.540483	3	C1	0.612069
4	C1	0.562347	4	C2	0.583096
5	C1	0.562347	5	C1	0.600463
6	C3	0.68482	6	C1	0.635792
7	C3	0.604748	7	C2	0.64683
8	C3	0.610816	8	C1	0.671537
9	C3	0.590599	9	C1	0.652343
10	C3	0.660553	10	C2	0.599197
11	C3	0.627351	11	C1	0.679888
12	C2	0.578643	12	C1	0.679719
13	C3	0.587639	13	C2	0.653744
14	C3	0.597273	14	C1	0.601917

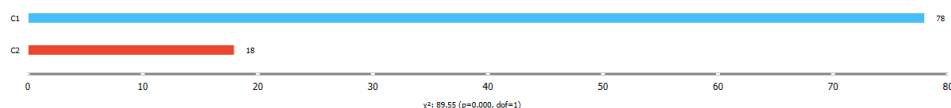
Valores Silueta con tres clústeres			Valores Silueta con dos clústeres		
Caso	Clúster	Silueta	Caso	Clúster	Silueta
15	C3	0.577418	15	C1	0.546996
16	C3	0.63834	16	C1	0.568471
17	C3	0.62265	17	C1	0.651185
18	C3	0.658538	18	C1	0.650669
19	C2	0.663683	19	C1	0.679719
20	C3	0.619132	20	C2	0.640217
21	C3	0.678046	21	C2	0.62349
22	C1	0.535232	22	C1	0.679719
23	C1	0.513391	23	C1	0.679719
24	C2	0.600216	24	C1	0.641583
25	C3	0.605162	25	C2	0.538504
26	C1	0.543937	26	C1	0.681145
27	C1	0.552687	27	C1	0.679719
28	C1	0.471847	28	C1	0.556088
29	C1	0.52748	29	C1	0.531154
30	C1	0.493924	30	C1	0.679719
31	C1	0.448867	31	C2	0.653659
32	C2	0.64952	32	C1	0.667431
33	C3	0.622263	33	C1	0.673691
34	C1	0.59636	34	C2	0.55174
35	C3	0.68482	35	C1	0.677584
36	C3	0.68482	36	C1	0.653711
37	C1	0.599026	37	C1	0.669058
38	C1	0.565423	38	C1	0.660074
39	C1	0.552687	39	C1	0.679719
40	C3	0.670483	40	C1	0.679719
41	C1	0.58112	41	C1	0.582692
42	C1	0.566294	42	C1	0.683069
43	C3	0.586402	43	C1	0.638934
44	C1	0.607484	44	C1	0.65659
45	C1	0.582496	45	C1	0.666209
46	C1	0.560173	46	C1	0.605281
47	C1	0.556818	47	C1	0.578753
48	C1	0.517496	48	C1	0.578753

Valores Silueta con tres clústeres			Valores Silueta con dos clústeres		
Caso	Clúster	Silueta	Caso	Clúster	Silueta
49	C1	0.504429	49	C1	0.679719
50	C3	0.660642	50	C1	0.66198
51	C3	0.68482	51	C1	0.66168
52	C1	0.444335	52	C1	0.675893
53	C3	0.68482	53	C1	0.659322
54	C1	0.465071	54	C1	0.666241
55	C3	0.595687	55	C1	0.659591
56	C3	0.662596	56	C1	0.645439
57	C2	0.652167	57	C1	0.649603
58	C3	0.55763	58	C1	0.67764
59	C3	0.616569	59	C2	0.657383
60	C2	0.646031	60	C1	0.670572
61	C1	0.526935	61	C1	0.681145
62	C1	0.532949	62	C2	0.530788
63	C1	0.48481	63	C1	0.524847
64	C1	0.549743	64	C2	0.652296
65	C3	0.586402	65	C2	0.597809
66	C3	0.610117	66	C1	0.603242
67	C3	0.68482	67	C1	0.639271
68	C2	0.618583	68	C1	0.626309
69	C3	0.68482	69	C1	0.645356
70	C3	0.68482	70	C2	0.630602
71	C3	0.59416	71	C1	0.671268
72	C1	0.59636	72	C2	0.538504
73	C3	0.678046	73	C1	0.679719
74	C3	0.68482	74	C1	0.679719
75	C1	0.547898	75	C1	0.567981
76	C1	0.588141	76	C1	0.571429
77	C3	0.68482	77	C1	0.603242
78	C2	0.669087	78	C1	0.550505
79	C3	0.663127	79	C1	0.608626
80	C3	0.598639	80	C1	0.651185
81	C1	0.490461	81	C2	0.549641
82	C3	0.656919	82	C1	0.539239

Valores Silueta con tres clústeres			Valores Silueta con dos clústeres		
Caso	Clúster	Silueta	Caso	Clúster	Silueta
83	C1	0.577285	83	C1	0.606313
84	C3	0.673085	84	C1	0.541039
85	C3	0.59329	85	C1	0.629691
86	C3	0.655753	86	C1	0.549008
87	C3	0.644236	87	C1	0.675833
88	C3	0.68482	88	C1	0.647448
89	C3	0.68482	89	C1	0.679719
90	C1	0.558217	90	C1	0.601354
91	C3	0.678325	91	C1	0.646233
92	C1	0.507611	92	C1	0.669957
93	C1	0.516105	93	C2	0.656755
94	C3	0.60217	94	C1	0.641096
95	C3	0.625976	95	C1	0.6594
96	C2	0.66207	96	C1	0.598283
Promedio		0.5993052	Promedio		0.6304339

A través de una prueba de chi-cuadrado, se confirma que los dos clústeres son diferentes significativamente como se muestra en la figura 2. Con ello, se puede asegurar que los consumidores de los mercados alternativos locales son categorizados en dos grupos.

Figura 2. Prueba de chi-cuadrado



El primer clúster se compone por consumidores con deseos altruistas-colectivos, con su compra de alimentos orgánicos desean lograr la protección del ambiente y mejorar la economía de los productores. Ellos consideran importantes los problemas ambientales y realizan acciones personales y sociales a favor del ambiente. Consideran que los problemas ambientales son importantes, están preocupados por ellos, reducen su consumo y consideran

cambios políticos y sociales para proteger el ambiente. Estos consumidores apoyan a otras personas y tienen un gran deseo social, ya que con su compra de alimentos orgánicos desean mejorar las condiciones de vida y economía de los productores.

El segundo clúster se integra por consumidores con deseos hedónicos-individuales. Ellos son conscientes, preocupados y responsables por su salud y toman acciones a favor de su apariencia ya que están preocupados de causar buena impresión. Estos consumidores dispuestos a realizar sacrificios por su salud. Sus deseos son personales vinculados con su salud y apariencia; con su compra desean cuidar su salud, y mejorar su apariencia.

En cuanto al perfil sociodemográfico de acuerdo con los clústeres, se observa que la media de la edad es ligeramente mayor en los consumidores con deseos altruistas que con deseos hedónicos (tabla 4). También en la escolaridad se percibe un cambio, en el clúster 1 la mayoría de los consumidores tiene un nivel de estudios de licenciatura, mientras que en el clúster 2, la mayoría se divide en dos categorías por igual: bachillerato y licenciatura. Además, en el estado civil, mientras que el clúster 1 tiene mayormente consumidores solteros, el clúster 2 tiene casi de igual forma en su mayoría consumidores solteros y casados. Así mismo, se nota una diferencia en la ocupación de los consumidores, los consumidores hedónicos son en su mayoría empleados y los consumidores altruistas son empleados, estudiantes y trabajadores independientes.

Tabla 4. Perfil sociodemográfico de los clústeres

Variables sociodemográficas		Clúster 1 Consumidores con deseos altruistas	Clúster 2 Consumidores con deseos hedónicos
Edad	Mínimo: 18 años Máximo: 74 años	Media: 39.5	Media: 37.7
Género	Femenino	51 (65.4%)	12 (66.7%)
	Masculino	27 (34.6%)	6 (33.3%)
Escolaridad	Primaria	0 (0%)	1 (5.6%)
	Secundaria	4 (5.1%)	0 (0%)
	Bachillerato	12 (15.4%)	6 (33.3%)
	Licenciatura	45 (57.7%)	6 (33.3%)
	Maestría	16 (20.5%)	5 (27.8%)
	Doctorado	1 (1.3%)	0 (0%)

Variables sociodemográficas		Clúster 1 Consumidores con deseos altruistas	Clúster 2 Consumidores con deseos hedónicos
Ingreso mensual aproximado	Menos de \$9,000	32 (41.0%)	6 (33.3%)
	De \$9,000 a \$18,000	35 (44.9%)	10 (55.6%)
	De \$18,000 a \$36,000	9 (11.5%)	2 (11.1%)
	Más de \$36,000	2 (2.6%)	0 (0%)
Estado civil	Casado	27 (34.6%)	8 (44.4%)
	Divorciado	1 (1.3%)	0 (0%)
	Separado	2 (2.6%)	0 (0%)
	Soltero	42 (53.8%)	9 (50%)
	Unión libre	6 (7.7%)	0 (0%)
	Viudo	0 (0%)	1 (5.6%)
Ocupación	Dedicado al hogar	3 (3.8%)	2 (11.1%)
	Empleado	36 (46.2%)	11 (61.1%)
	Estudiante	17 (21.8%)	3 (16.7%)
	Jubilado	4 (5.1%)	0 (0%)
	Trabajador independiente	18 (23.1%)	2 (11.1%)

Conclusiones

De acuerdo con los resultados, en los mercados locales alternativos hay dos tipos de consumidores de alimentos orgánicos los que tienen deseos altruistas y los que tienen deseos hedónicos. El primer grupo está formado por consumidores conscientes y responsables de su entorno ambiental y social. Ellos desean que su compra de alimentos orgánicos beneficie a su entorno social y ambiental. Esperan que con esta acción los productores locales se vean favorecidos en su economía y bienestar fomentando un mayor desarrollo regional, a la vez que tienen expectativas de coadyuvar a los problemas ambientales. El segundo grupo está integrado por consumidores conscientes de su salud y su aspecto. Este grupo manifiesta deseos personales, los cuales se enfocan en la mejora de su bienestar físico. Se preocupan porque su compra favorezca su apariencia y su salud.

El desarrollo de los perfiles permitirá establecer estrategias hacia canales de venta diferenciados, unos para consumidores hedónicos y otros para consumidores altruistas. Esto converge con la visión de los mercados alternativos que son espacios cooperativos, aunque integra el factor personal-individual del consumidor que no puede dejarse de lado. Es de suma importan-

cia contemplar la dualidad del consumidor en el desarrollo de campañas de marketing y en el desarrollo de los productos. Además, con el conocimiento de estos perfiles se contribuye a la comprensión del comportamiento de los actores en mercados locales alternativos y su rol dentro de estas actividades de economía solidaria.

Las campañas de mercadeo pueden focalizarse en dos escenarios, uno centrados en el cuidado del ambiente y el bienestar de los pequeños productores, que empata con la visión de los mercados alternativos, y el otro centrado en el consumidor, que es recomendable que se desarrolle en estos espacios. Dado que estos espacios permiten una relación más cercana con los consumidores, es posible realizar talleres o brindar una mayor difusión de los beneficios de estos alimentos hacia el consumidor y el ambiente-productores, para aprovechar la ventaja competitiva de la interacción uno a uno y red de confianza de estos mercados. Con ello, es posible favorecer el desarrollo local de las comunidades y lograr la fidelización de los dos grupos de consumidores.

Futuras líneas de investigación

Si bien la investigación analizó los principales Estados con mercados locales alternativos, no se hizo alguna diferencia por el Estado donde están ubicados. Los rasgos culturales de cada región del país pueden marcar diferencias en los comportamientos, por lo que se recomienda que futuros estudios analicen si de acuerdo con la región los perfiles se mantienen o cómo influyen en los dos segmentos encontrados, el de los consumidores con deseos altruistas y con deseos hedónicos.

También este estudio puede dar pie a futuras investigaciones no sólo en México, sino que también puede replicarse en otros países de Latinoamérica donde existan este tipo de mercados. Con lo que se podrá profundizar la comprensión del consumidor en este tipo de economía solidaria. Como se observa en los resultados, los consumidores no sólo tienen deseos altruistas sino también hedónicos. Se recomienda analizar este fenómeno en otros países y con ello poder hacer comparaciones de acuerdo con el tipo de deseos que tiene cada consumidor.

Este estudio tuvo como limitación el análisis de sólo un actor en los mercados locales alternativos. Por lo que se sugiere que los investigadores puedan analizar desde el deseo de participar en la economía solidaria en estos espacios los perfiles de los otros actores involucrados como los productores, académicos, entidades gubernamentales y sin fines de lucro. De esta manera, se podrán generar estrategias adecuadas para el fomento de estos espacios que tienen sin lugar a duda múltiples beneficios.

Referencias bibliográficas

- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Van Huylenbroeck, G. (2009). Personal determinants of organic food consumption: a review. *British Food Journal*, 111(10), 1140–1167.
- Anisimova, T. (2016). Integrating Multiple Factors Affecting Consumer Behavior Toward Organic Foods: The Role of Healthism, Hedonism, and Trust in Consumer Purchase Intentions of Organic Foods. *Journal of Food Products Marketing*, 22(7), 809–823. <https://doi.org/10.1080/10454446.2015.1121429>
- Arnold, B. C., & Galán, F. S. (2014). Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Documentación Social*, 174(1), 95–116.
- Beltrán, L. S. (2019). Segmentation of organic food consumers based on their attitudes, values and environmental beliefs. *Contaduría y Administración*, 64(2), e98.
- Brümmer, N., & Zander, K. (2020). Drivers of organic food choice in Germany—the case of young adults. *Organic Agriculture*, 10(1), 57–64. <https://doi.org/10.1007/s13165-020-00306-2>
- Bustamante Lara, T. I., Carrera Chávez, B., & Schwentesius Rindermann, R. (2017). Sostenibilidad de pequeños productores en Tlaxcala, Puebla y Oaxaca, México. *Estudios Regionales En Economía, Población y Desarrollo*, 37.

- Bustamante-Lara, T. I., & Schwentesius-Rindermann, R. (2018). Perfil y situación de los productores que integran los tianguis y mercados orgánicos en México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 15(4), 507–530. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722018000400507&lng=es&nrm=iso
- Escobar-López, S. Y., Espinoza-Ortega, A., Vizcarra-Bordi, I., & Thomé-Ortiz, H. (2017). The consumer of food products in organic markets of central Mexico. *British Food Journal*, 119(3), 558–574. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2016-0321>
- García Bustamante, R., Rappo Miguez, S. E., & Temple, L. (2016). Innovaciones socioambientales en el sistema agroalimentario de México: los mercados locales alternativos (Tianguis). *Agroalimentaria*, 22(43).
- García-Bustamante, R., Roldán-Rueda, H. N., Mier, M., Giménez-Cacho, T., & Gómez-Tovar, L. (2020). Experiencias de economía solidaria y consumo responsable en mercados agroecológicos en México: aprendizajes y desafíos. *Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras*, 22(575), 1–15.
- Grunert, S. C., & Juhl, H. J. (1995). Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of Economic Psychology*, 16(1), 39–62.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92–101.
- Kareklas, I., Carlson, J. R., & Muehling, D. D. (2014). “I Eat Organic for My Benefit and Yours”: Egoistic and Altruistic Considerations for Purchasing Organic Food and Their Implications for Advertising Strategists. *Journal of Advertising*, 43(1), 18–32. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.799450>
- Leyva-Hernández, S. N., Toledo-López, A., & Hernández-Lara, A. B. (2021). Purchase intention for organic food products in Mexico: The mediation of consumer desire. *Foods*, 10(2), 1–17. <https://doi.org/10.3390/foods10020245>

- Panch, E. P. T., Panchi, S. M. T., Córdova, J. L. M., & Román, H. D. O. (2017). Economía solidaria: estrategia alternativa para el desarrollo local. *Visión Gerencial*, 2, 313–323.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). *The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour*. 79–98. [https://doi.org/https://doi.org/10.1348/014466601164704](https://doi.org/10.1348/014466601164704)
- Puska, P. (2019). Does Organic Food Consumption Signal Prosociality?: An Application of Schwartz's Value Theory. *Journal of Food Products Marketing*, 25(2), 207–231. <https://doi.org/10.1080/10454446.2018.1522286>
- Rajabi, A., Eskandari, M., Ghadi, M. J., Li, L., Zhang, J., & Siano, P. (2020). A comparative study of clustering techniques for electrical load pattern segmentation. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 120, 109628. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.109628](https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.109628)
- Roldán Rueda, H. N., Gracia, M. A., & Mier y Terán, M. (2018). Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(82), 57–73.
- Roldán-Rueda, H. N. (2020). El rol de los actores en mercados locales y campesinos de México y Colombia. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(56).
- Tebala-Domenico & Marino, D. (2023). Companies and Artificial Intelligence: An Example of Clustering with Orange. In M. A. Marino Domenico and Monaca (Ed.), *Innovations and Economic and Social Changes due to Artificial Intelligence: The State of the Art* (pp. 1–12). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-33461-0_1
- Torres-Salcido, G. (2022). Certificación participativa y mercados alternativos. Estudio de caso de la Ciudad de México. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 42, 311–329.

- Viswanathan, M., Rosa, J. A., & Ruth, J. A. (2010). Exchanges in marketing systems: the case of subsistence consumer–merchants in Chennai, India. *Journal of Marketing*, 74(3), 1–17.
- Zagata, L. (2014). Towards conscientious food consumption: exploring the values of Czech organic food consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 38(3), 243–250. [https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ijcs.12098](https://doi.org/10.1111/ijcs.12098)
- Zhao, J., Huo, H., Wei, S., Han, C., Yang, M., Gupta, B. B., & Arya, V. (2024). Research on the matching effect between advertising appeal and product type on the purchase intention of organic food. *British Food Journal*, 126(13), 162–181.

Prácticas de innovación social en asociaciones de artesanos alfareros en Oaxaca, México

Enrique Cruz Domínguez¹, Brenda Dennís Valadez Solana², Juan Regino Maldonado³, Ana Mi Gómez Ramos⁴, Jovany Sepúlveda Aguirre⁵

Resumen

La actividad alfarera artesanal es considerada un sector productivo de gran importancia en México. En el Estado de Oaxaca sobresalen dos comunidades alfareras en las cuales las asociaciones se han convertido en una forma de trabajo colectivo. El objetivo de este estudio fue realizar un análisis de las prácticas de Innovación Social (IS) presentes en asociaciones de artesanos alfareros en los municipios San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa. El enfoque teórico elegido fue la Economía Social y Solidaria (ESS). El estudio fue de tipo cuantitativo, de corte transversal, con un alcance descriptivo. Se aplicó un cuestionario con 39 ítems en escala Likert a 110 artesanos integrantes de asociaciones. Los resultados mostraron que existen altos niveles de competencia y valor social, lo que se manifiesta mediante la transmisión del conocimiento de generación en generación, la ayuda mutua y las acciones solidarias que se promueven entre los artesanos alfareros. La forma de trabajo y organización puede ser replicable en otros contextos. Las prácticas económicas sostenibles mostraron niveles aceptables. No obstante, la incorporación de nuevas tecnologías es escasa; se requiere reforzar el involucramiento en la toma de decisiones y llevar a cabo acciones para el cuidado del medio ambiente.

Palabras clave: innovación social, Economía Social y solidaria, alfarería, México.

1 Doctor en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico; Estancia Posdoctoral CONAHCYT; Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca; Oaxaca, México; info@enriquecd.com; <https://orcid.org/0000-0003-3493-455X>

2 Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico; Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Oaxaca; Oaxaca, México; brenda.valadez@itoaxaca.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0002-7883-7148>

3 Doctor en Negocios y Estudios Económicos; Instituto Politécnico nacional CIIDIR, Unidad Oaxaca; Oaxaca, México; jregino@ipn.mx; <https://orcid.org/0000-0003-2341-5703>

4 Maestra en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico; Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Oaxaca; Oaxaca, México; miys16@hotmail.com; <https://orcid.org/0009-0007-5716-0709>

5 Docente investigador. Contratista Auditor PCJIC. Investigador Senior Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. Doctor en Gestión de la Innovación Educativa. E-mail: jovaeib@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1047-6673>

Social innovation practices in associations of pottery artisans in Oaxaca, Mexico

Abstract

The artisanal pottery activity is considered a productive sector of great importance in Mexico. In Oaxaca, two pottery communities stand out in which associations have become a form of collective work. The objective of this study was to carry out an analysis of the Social Innovation (SI) practices present in associations of pottery artisans in the San Bartolo Coyotepec and Santa María Atzompa municipalities. The theoretical approach chosen was the Social and Solidarity Economy (ESS). The study was quantitative, cross-sectional, with a descriptive scope. A questionnaire with 39 items on a Likert scale was applied to 110 artisan members of associations. The results showed that they exist with high levels of competence and social value, manifested through the transmission of knowledge from generation to generation, mutual help, and solidarity actions promoted among pottery artisans. The way of working and organizing can be replicated in other contexts. Sustainable economic practices showed acceptable levels. However, the incorporation of new technologies is scarce; It is necessary to reinforce involvement in decision-making and carry out actions to care for the environment.

Keywords: social innovation, Social and Solidarity Economy, pottery, Mexico.

Introducción

La elaboración de artesanías es una actividad de suma importancia para la diversidad cultural de México y para el desarrollo de las comunidades (Mejía et al., 2019). De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el 2021 la producción de artesanías generó casi medio millón de empleos remunerados; esto representó 37.7 % de los puestos de trabajo que

empleó el sector cultural a nivel nacional (INEGI, 2023). Específicamente, la actividad alfarera artesanal es considerada un sector productivo y cultural de gran importancia en México (Navarro-Hoyos & Cabrera-Vega, 2022).

En el Estado de Oaxaca, en la región de Valles Centrales, sobresalen dos municipios dedicados a la alfarería artesanal: San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa (Sánchez-Medina, 2024). En estas comunidades, la elaboración y venta de artesanías de barro no solo forma parte de la herencia cultural de sus habitantes, sino que también representa su principal fuente de ingresos (Hernández-Díaz, 2016; Ríos, 2006). Para comercializar sus productos de una manera más efectiva, los artesanos se han organizado en asociaciones las cuales se han convertido en una forma de trabajo colectivo en el que las prácticas de IS se hacen presentes en la forma en la que los artesanos llevan a cabo sus actividades cotidianamente.

En este orden de ideas, la IS es un tema relativamente nuevo, su aplicación en ámbitos regionales y locales se ha venido desarrollando a medida que las comunidades logran asimilar los beneficios que conlleva. La IS siempre ha estado presente en las comunidades que buscan solucionar sus necesidades de una manera positiva y creativa, debido a que puede contribuir a la solución de problemas sociales tales como la pobreza y la desigualdad social, entre otros. Además, la IS es una de las principales fuentes de desarrollo económico y social, ya que aporta soluciones de carácter novedoso a las comunidades; de ahí la importancia de considerarla en proyectos e investigaciones encaminadas a mejorar el desarrollo en los territorios (Guadarrama & Acosta, 2016; Hernández-Ascanio et al., 2016).

No obstante, estas concepciones son aún escasas en la literatura ya que casi no existen estudios empíricos para medir a la IS en contextos locales. Por ello, la presente investigación se desarrolló desde un enfoque teórico de ESS (Cabrera, 2015; Defourny & Nyssens, 2008; Fisac et al., 2011; Sosa et al., 2019) y tuvo como objetivo realizar un análisis de las prácticas de IS presentes en asociaciones de artesanos alfareros en los municipios San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa.

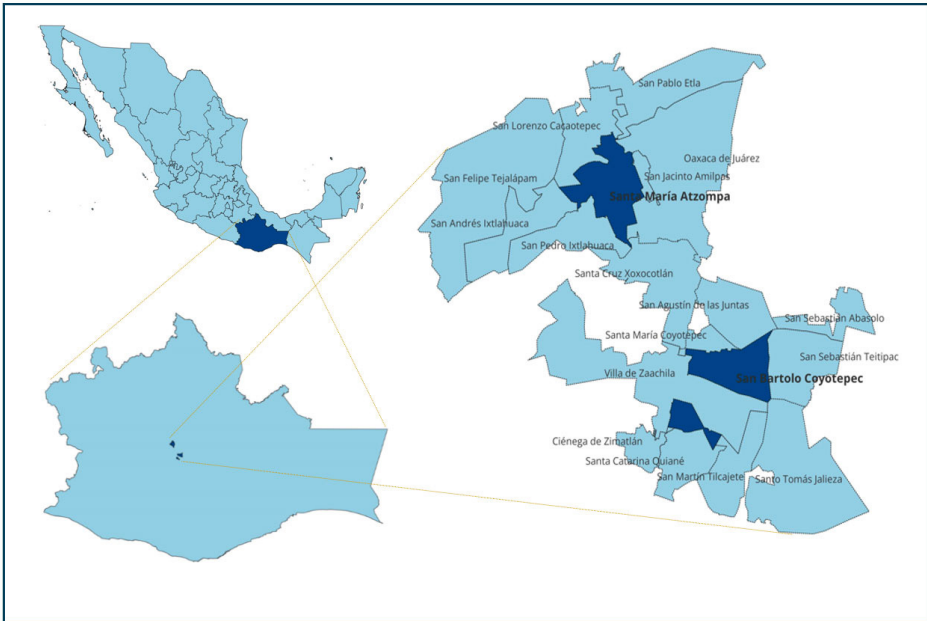
Este documento de los siguientes apartados: después de este marco introductorio se presenta el marco de referencia en el que se describen el contexto de estudio, la unidad de análisis, el enfoque y las dimensiones teóricas

de la IS; seguidamente se detalla la metodología utilizada. Posteriormente, se presentan los resultados y la discusión de estos. Después, se muestran las conclusiones. Por último, se enlistan las referencias que fundamentaron el trabajo.

Marco de referencia

San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa son dos municipios pertenecientes a la región Valles Centrales de Oaxaca, tal como se muestra en la figura 1. Ambos territorios son considerados importantes centros alfareros en el ámbito estatal, debido a que desde épocas remotas la gran mayoría de sus habitantes se dedican a elaborar artesanías de barro únicas, conocidas a nivel mundial. En estas comunidades aún perduran tradiciones prehispánicas y coloniales que impregnan de identidad territorial y cultural a sus habitantes (Hernández-Díaz, 2016).

Figura 1. Localización de los municipios San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa, Oaxaca, México



Fuente: elaboración propia con base en el Marco Geoestadístico del INEGI (2020)

Las asociaciones de artesanos alfareros en San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa

En San Bartolo Coyotepec existen dos asociaciones de artesanos alfareros: la Unión de Artesanos de Barro Negro de San Bartolo Coyotepec S. de S.S. conocida popularmente como “Mercado de Artesanías” y el Centro Artesanal de Barro Negro A.C., conocido como “Plaza Artesanal”. Actualmente, (H. Ayuntamiento de San Bartolo Coyotepec, 2023). En Santa María Atzompa, también existen dos asociaciones: la Unión de Artesanos y Alfareros de Santa María Atzompa, Oaxaca, A.C. coloquialmente conocida como Mercado de Artesanías “La Asunción” y la Organización el Señor del Coro S.S.S. mejor conocida como Mercado de Artesanías del “Señor del Coro”. (H. Ayuntamiento de Santa María Atzompa, 2023).

Cabe señalar que las asociaciones de ambos municipios cuentan con una estructura organizativa propia de una empresa social, la cual se conforma de un presidente, un secretario y un tesorero; además, como máxima autoridad está la Asamblea General integrada por todos los miembros, quienes conjuntamente establecen acuerdos y toman decisiones referentes al funcionamiento de las asociaciones con la finalidad de lograr el bien colectivo.

La Innovación Social desde un enfoque de Economía Social y Solidaria

La ESS es un modelo que rescata valores y principios sociales los cuales priorizan a las personas y dejan en segundo término al capitalismo hegemónico; su propósito fundamental es la generación de bienestar que promueva un desarrollo sostenible en los ámbitos sociales, ambientales y económicos (Fisac et al., 2011; González, 2020). Asimismo, la ESS es una práctica económica alternativa de desarrollo que impulsa el cambio social y el empoderamiento comunitario, además, implica efectuar prácticas de IS (Defourny & Nyssens, 2008).

Desde un enfoque de ESS, el término IS hace referencia a aquellas prácticas que ofrecen solución a problemas sociales que ni el sistema de mercado predominante ni los gobiernos han podido satisfacer (González, 2020; Phillips et al., 2014). En este tenor, la IS nace como una posibilidad a los

modelos productivos tradicionales, en donde se ponen en práctica iniciativas útiles, novedosas y sostenibles, produciendo bienes y servicios que eleven la calidad de vida de los ciudadanos (Guadarrama & Acosta, 2016; Phills et al. (2008).

Además, la IS es un proceso de aprendizaje colectivo que promueve la transferencia de conocimientos entre actores socialmente vinculados que buscan mejorar las condiciones de vida de comunidades vulnerables, es decir, tiene como objetivo la transformación social para la búsqueda del bienestar de las sociedades (Eizaguirre & Klein, 2020; Voorberg et al., 2015). Asimismo, Mumford (2002) puntualiza que la IS se refiere a la generación e implementación de nuevas ideas sobre cómo las personas deben organizar actividades interpersonales o interacciones sociales, para alcanzar una o más metas comunes.

Dimensiones y medición de la Innovación Social

Desde la perspectiva de diversos autores, la IS se considera un campo de investigación científica que puede comprenderse y medirse a niveles macro y micro (Bund et al., 2015; Kleverbeck et al., 2019; Unceta et al., 2016). En el nivel micro, la IS puede ser estudiada tomando en consideración la apropiación social del conocimiento, la sostenibilidad y el valor social (Alexandre-Leclair, 2017; Buckland & Murillo, 2014; Eizaguirre & Klein, 2020; Guzmán & Trujillo, 2008; Méndez, 2015).

La apropiación social del conocimiento se refiere al desarrollo de capacidades para la comprensión de conocimientos, que permiten a las personas aplicarlos en la solución de problemas sociales (Eizaguirre & Klein, 2020). Comprende el nivel de competencia que hace referencia a saber implementar los conocimientos adquiridos (Méndez, 2015); el nivel de replicabilidad o capacidad de un proyecto para reproducirse en otros contextos (Buckland & Murillo, 2014; Méndez, 2015) y las incorporaciones tecnológicas las cuales hacen referencia al conjunto de soluciones de tecnología que se implementan en una IS (Méndez, 2015).

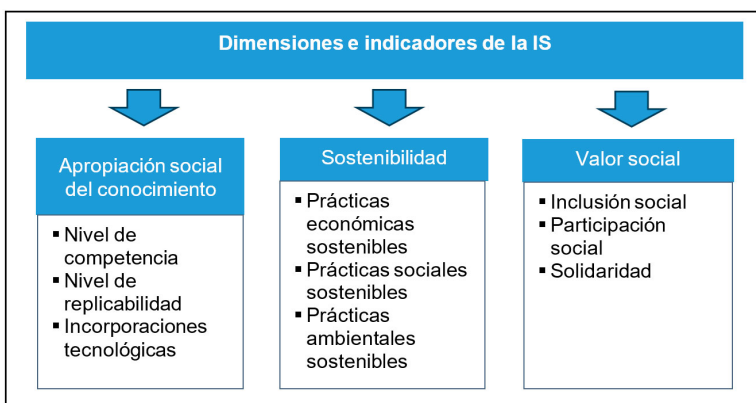
Por su parte, la sostenibilidad es definida como la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer las capacidades futuras de una comunidad (Alexandre-Leclair, 2017; Buckland & Murillo, 2014; Guzmán & Trujillo,

2008; Méndez, 2015). Para que la sostenibilidad pueda lograrse, es necesario llevar a cabo prácticas económicas, sociales y ambientales sostenibles encaminadas a mejorar la calidad de vida, mantener la cohesión social y preservar la biodiversidad de los ecosistemas (Echeverría, 2008; Guadarrama & Acosta, 2016).

El valor social, refiere a los valores intangibles que comparten y ponen en práctica los integrantes de una comunidad (Eizaguirre & Klein, 2020; Mumford, 2002); estos son la inclusión social, la participación social y la solidaridad. En conjunto, dichos valores se enfocan en la no discriminación, en el trabajo colaborativo y la ayuda mutua (Echeverría, 2008; Guadarrama & Acosta, 2016).

En suma, la IS puede medirse empíricamente a nivel micro a través de dimensiones como la apropiación social del conocimiento, la sostenibilidad y el valor social. Como se aprecia en la figura 2, la apropiación social del conocimiento puede ser comprendida mediante indicadores como el nivel de competencia, el nivel de replicabilidad y las incorporaciones tecnológicas. Asimismo, de la sostenibilidad se desprenden las prácticas económicas, sociales y ambientales sostenibles. Por último, el valor social comprende valores intangibles tales como la participación social, la inclusión social y la solidaridad.

Figura 2. Modelo teórico de la IS desde un enfoque de ESS



Fuente: elaboración propia con base en Alexandre-Leclair (2017); Buckland & Murillo (2014); Echeverría (2008); Eizaguirre & Klein (2020); Guadarrama & Acosta (2016); Guzmán & Trujillo, (2008); Méndez (2015); Mumford (2002).

Metodología

La investigación es de tipo cuantitativo, de corte transversal, con un alcance descriptivo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Para determinar la unidad de análisis, en la tabla 1 se muestran los criterios de inclusión y exclusión establecidos, los cuales permitieron determinar las características específicas de la población elegida para el estudio.

Tabla 1. Personas encuestadas por asociación

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Asociaciones cuyos integrantes sean artesanos alfareros nativos de los municipios de estudio	Artesanos alfareros que no pertenezcan a los municipios de estudio
Artesanos alfareros que pertenezcan a asociaciones con más de 3 años en el mercado	
Artesanos alfareros que pertenezcan a asociaciones formalizadas	Artesanos alfareros que no pertenezcan a una asociación
Artesanos alfareros que pertenezcan a asociaciones que comercialicen sus productos de manera directa	

Fuente: elaboración propia con datos recabados en la investigación

La muestra se obtuvo por medio de un análisis de poder estadístico (Cohen, 1992) en el que se establecieron los siguientes parámetros: nivel de significancia de 0.05, tamaño de efecto pequeño, poder estadístico de 0.8 y 15 predictores. Así, la muestra resultante fue de 55 artesanos alfareros por municipio de estudio. En la tabla 2 se muestra el número de encuestados, los cuales se calcularon de acuerdo con el número total de integrantes de cada asociación.

Tabla 2. Personas encuestadas por asociación

Municipio	Asociación	Núm. de encuestados
San Bartolo Coyotepec	Mercado de Artesanías	11
	Plaza Artesanal	44
Santa María Atzompa	Mercado de Artesanías “La Asunción”	44
	Mercado de Artesanías “El Señor del Coro”	11

Fuente: elaboración propia con datos recabados en la investigación

Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de encuesta cara a cara mediante la aplicación de un cuestionario semiestructurado en escala de Likert a 5 puntos (Matas, 2018), el cual estuvo compuesto de 39 ítems que tuvieron como finalidad medir las prácticas de IS en las asociaciones de artesanos alfareros de los municipios de estudio. Para ello, 10 ítems correspondieron a la dimensión apropiación social del conocimiento, 14 ítems a la dimensión sostenibilidad y 15 ítems a la dimensión valor social.

El instrumento fue validado mediante el método Juicio de Expertos (Galicia et al., 2017); además, con ayuda del programa SPSS versión 25 se realizó un análisis estadístico a las dimensiones e indicadores de la IS, el cual arrojó un alfa de Cronbach de .812, un omega de McDonald de .875 y un coeficiente KMO de .642. Los cuestionarios fueron aplicados en los meses septiembre-octubre 2023. Una vez recopilados los datos, la información se ordenó y analizó para posteriormente mostrar los resultados a través de estadística descriptiva.

Resultados

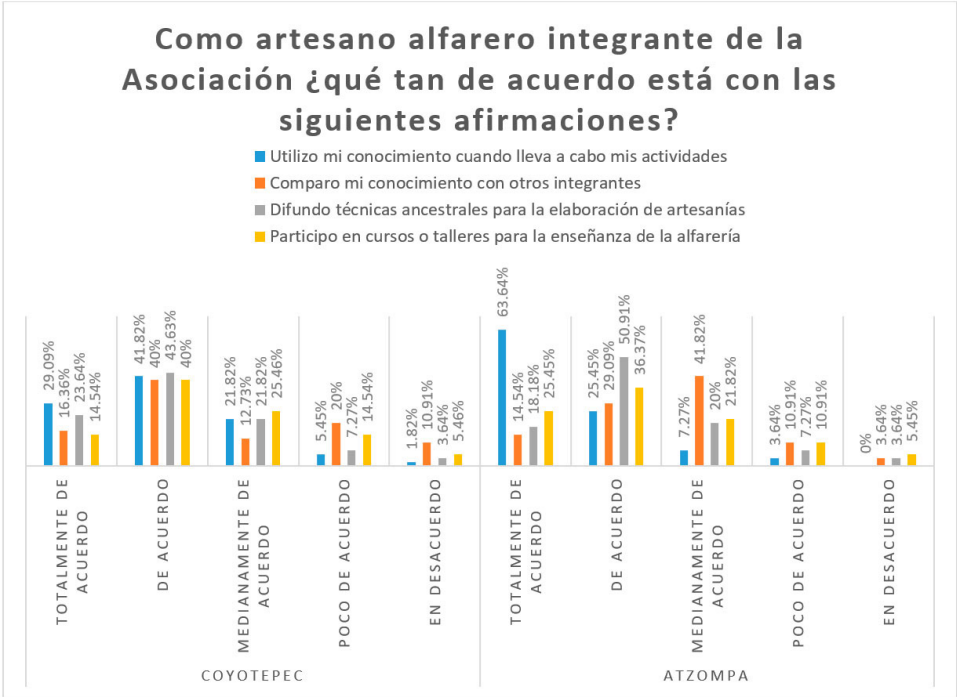
Apropiación social del conocimiento

En la dimensión apropiación social del conocimiento, el primer aspecto que se midió fue el nivel de competencia. En la figura 3 se muestran los resultados obtenidos de este indicador, los cuales arrojaron respuestas concentradas mayormente en las escalas totalmente de acuerdo y de acuerdo. La mayoría de los encuestados - en San Bartolo Coyotepec el 70.91 % y en Santa María Atzompa el 89.09 % - refiere que utilizan sus conocimientos adquiridos para llevar a cabo sus actividades dentro de las asociaciones, lo que da cuenta de la importancia que tienen las enseñanzas transmitidas de generación en generación.

Asimismo, en San Bartolo Coyotepec el 67.27 % y en Santa María Atzompa el 69.09% afirma que difunde técnicas ancestrales para la elaboración de artesanías. Además, en San Bartolo Coyotepec el 54.54% y en Santa María Atzompa el 61.82 % comenta que participan en cursos o talleres para la enseñanza de la alfarería, lo que implica la importancia que tiene para las

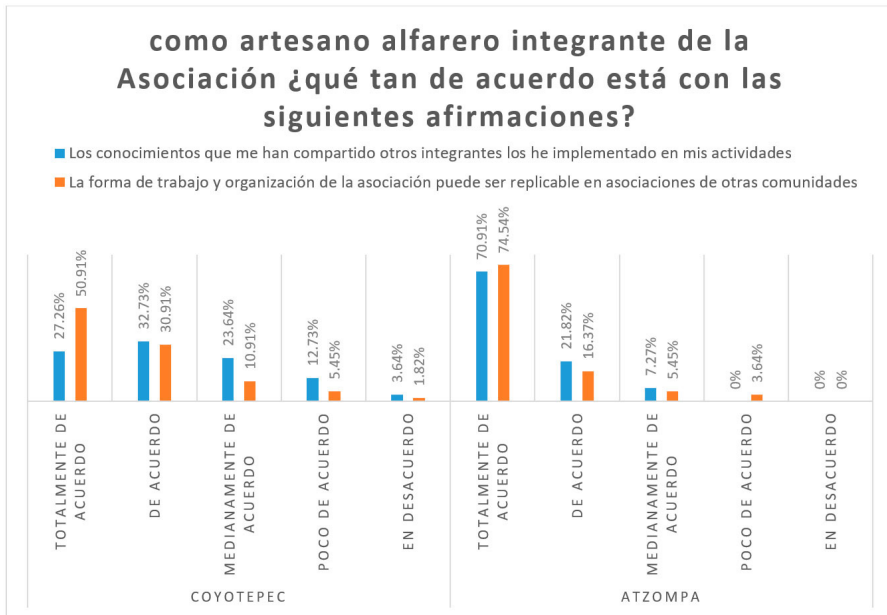
asociaciones de artesanos alfareros el dar a conocer la labor que realizan.

Figura 3. Nivel de acuerdo de competencia



Fuente: elaboración propia con base en el análisis descriptivo de los resultados

El segundo indicador es el nivel de replicabilidad. Como se presenta en la figura 4, este indicador igualmente arrojó como resultado respuestas concentradas en las escalas totalmente de acuerdo y de acuerdo. En San Bartolo Coyotepec el 59.99 % y en Santa María Atzompa el 92.73 % refiere que los conocimientos que les han compartido otros integrantes, los han implementado en las actividades que realizan en las asociaciones. Asimismo, en San Bartolo Coyotepec el 81.82 % y en Santa María Atzompa el 90.91 % piensa que la forma de trabajo y organización de las asociaciones puede ser replicable en asociaciones de otras comunidades. Estos resultados indican que la estructura organizativa que tienen estas asociaciones puede ser útil y replicada por otras asociaciones de otros territorios en distintos contextos económicos y socioculturales.

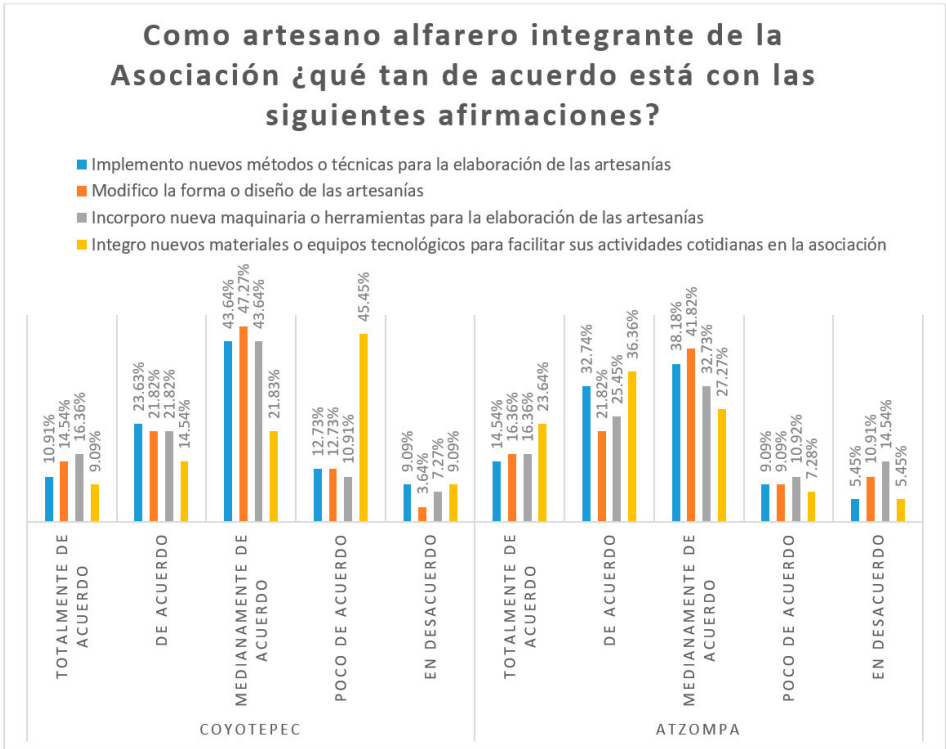
Figura 4. Nivel de acuerdo de replicabilidad

Fuente: elaboración propia con base en el análisis descriptivo de los resultados

Con relación al indicador incorporaciones tecnológicas, la figura 5 muestra que la escala de respuestas fue diversa destacando los siguientes porcentajes: en San Bartolo Coyotepec, el 47.27 % está medianamente de acuerdo con que modifica la forma o diseño de las artesanías y el 45.45 % está poco de acuerdo en que integra nuevos materiales o equipos tecnológicos para facilitar sus actividades cotidianas en las asociaciones. Por su parte, en Santa María Atzompa el 41.82 % está medianamente de acuerdo con que modifica la forma o diseño de las artesanías y el 38.18% está medianamente de acuerdo en que implementa nuevos métodos o técnicas para la elaboración de las artesanías.

Estos resultados muestran que a las asociaciones les hace falta explorar e implementar nuevas técnicas y diseños en la elaboración de las artesanías, así también la incorporación de nueva maquinaria, herramientas, materiales y equipos tecnológicos serían de gran utilidad y apoyo para la labor diaria de las asociaciones, que coadyuvaría para una mejora en sus procesos y en el aprendizaje de los artesanos alfareros.

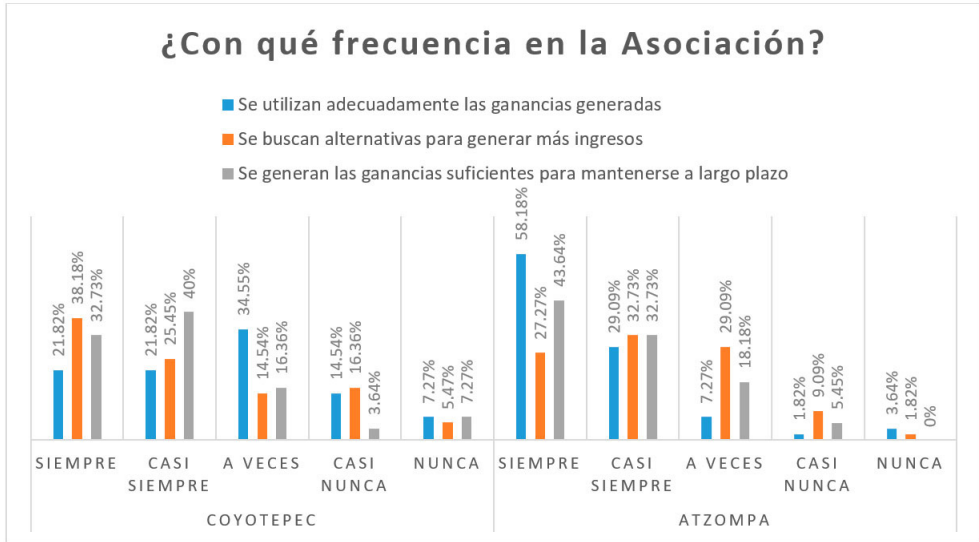
Figura 5. Nivel de acuerdo con las incorporaciones tecnológicas



Fuente: elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

Sostenibilidad

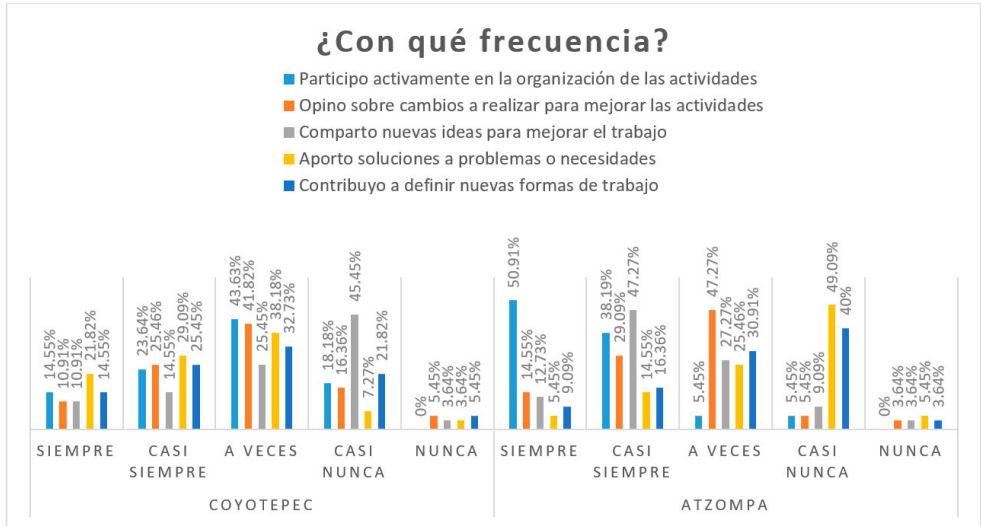
En la segunda dimensión, la sostenibilidad, el primer indicador analizado fueron las prácticas económicas sostenibles, tal como se aprecia en la figura 6. En San Bartolo Coyotepec un 40 % refiere que en las asociaciones casi siempre se generan las ganancias suficientes para mantenerse a largo plazo, un 38.18 % considera que siempre se buscan alternativas para generar más ingresos. En Santa María Atzompa el 58.18 % afirma que siempre se utilizan adecuadamente las ganancias generadas y el 43.64 % piensa que siempre se generan las ganancias suficientes para mantenerse a largo plazo. Lo anterior da cuenta de que en ambos municipios las asociaciones realizan con frecuencia prácticas económicas que les permiten generar sostenibilidad financiera.

Figura 6. Nivel de frecuencia de prácticas económicas sostenibles

Fuente: elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

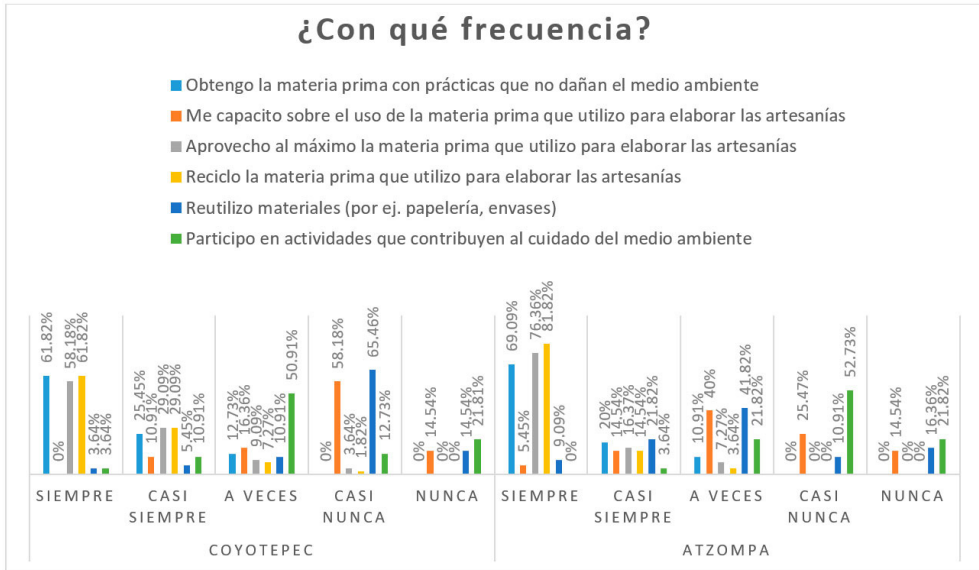
En la figura 7 se presenta el indicador prácticas sociales sostenibles el cual arrojó respuestas variadas, resaltando los siguientes porcentajes: en San Bartolo Coyotepec el 45.45 % casi nunca comparte nuevas ideas para mejorar el trabajo, el 43.63 % a veces participa activamente en la organización de las actividades y el 41.82 % a veces opina sobre cambios a realizar para mejorar las actividades. Por su parte, en Santa María Atzompa el 51.91 % siempre participa activamente en la organización de las actividades y el 47.27 % casi siempre comparte nuevas ideas para mejorar el trabajo; sin embargo, el 49.09 % casi nunca aporta soluciones a problemas o necesidades. Estos resultados muestran que falta reforzar ampliamente el involucramiento de los artesanos alfareros en la toma de decisiones respecto a la organización de las actividades y la forma de trabajo de las asociaciones.

Figura 7. Nivel de frecuencia de prácticas sociales sostenibles



Fuente: elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

En la figura 8 se aprecia el indicador prácticas ambientales sostenibles. Los resultados mostraron que en San Bartolo Coyotepec el 61.82 % y en Santa María Atzompa el 69.09 % siempre obtienen la materia prima con prácticas que no dañan el medio ambiente. Igualmente, en San Bartolo Coyotepec el 61.82 % y en Santa María Atzompa el 81.82 % siempre reciclan la materia prima que utilizan para elaborar las artesanías. En ambos municipios, la mayoría de los encuestados recalcó que aprovecha al máximo la materia prima que utiliza para elaborar las artesanías. No obstante, en San Bartolo Coyotepec el 65.46 % casi nunca reutiliza materiales (por ej. papelería, envases) y en Santa María Atzompa el 52.73 % casi nunca participa en actividades que contribuyen al cuidado del medio ambiente.

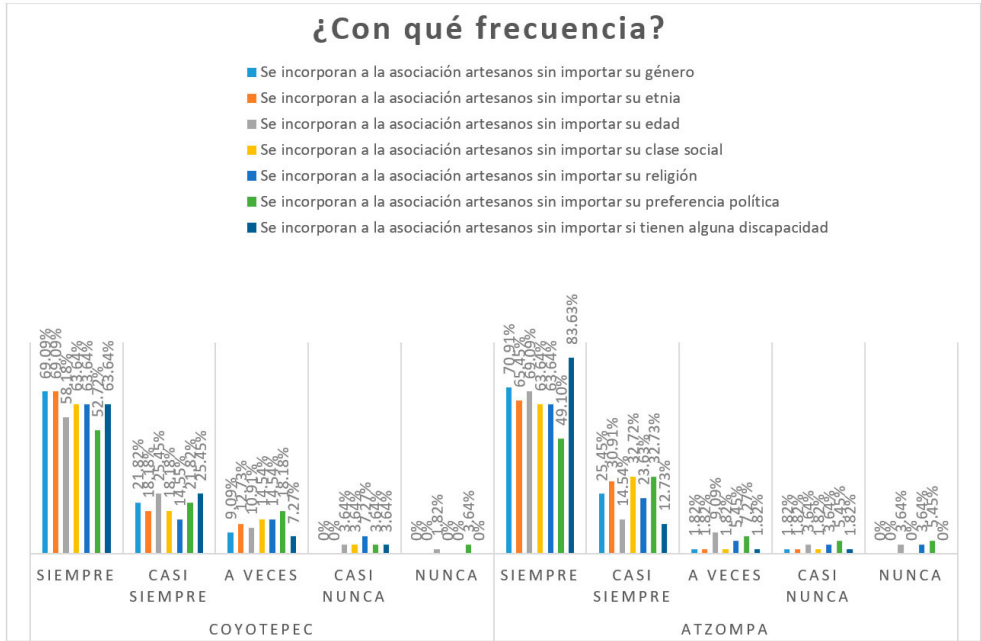
Figura 8. Nivel de frecuencia de prácticas ambientales sostenibles

Fuente: Elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

Valor social

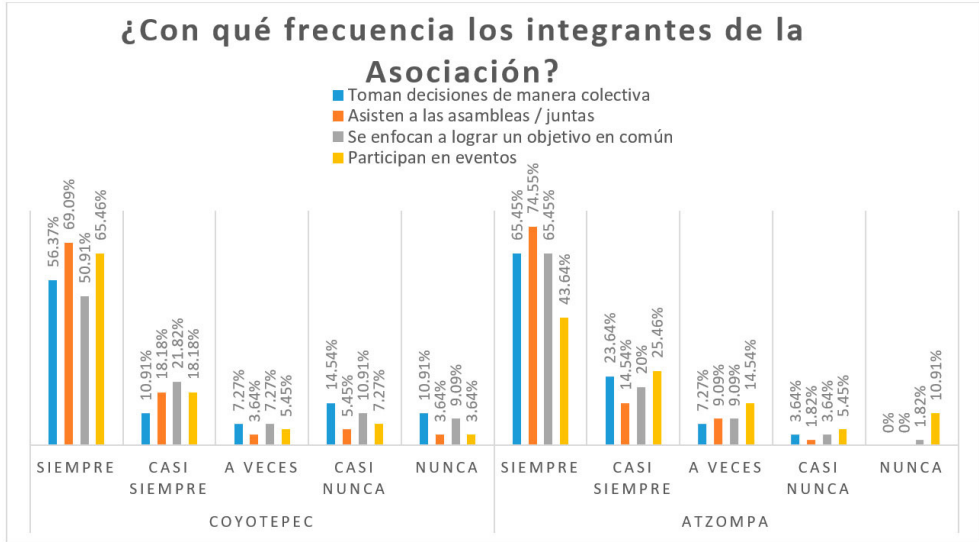
En cuanto a la dimensión valor social, el primer indicador analizado fue la inclusión social. Como se observa en la figura 9, en ambos municipios la mayor parte de las respuestas se concentró en las escalas siempre y casi siempre, lo que indica que las asociaciones tienen un alto grado de inclusión social. En promedio, en San Bartolo Coyotepec el 62.86 % y en Santa María Atzompa el 66.49 % respondió que siempre se incorporan a las asociaciones artesanos sin importar su género, etnia, edad, clase social, religión, preferencia política o alguna discapacidad que tengan.

Figura 9. Nivel de frecuencia de inclusión social



Fuente: elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

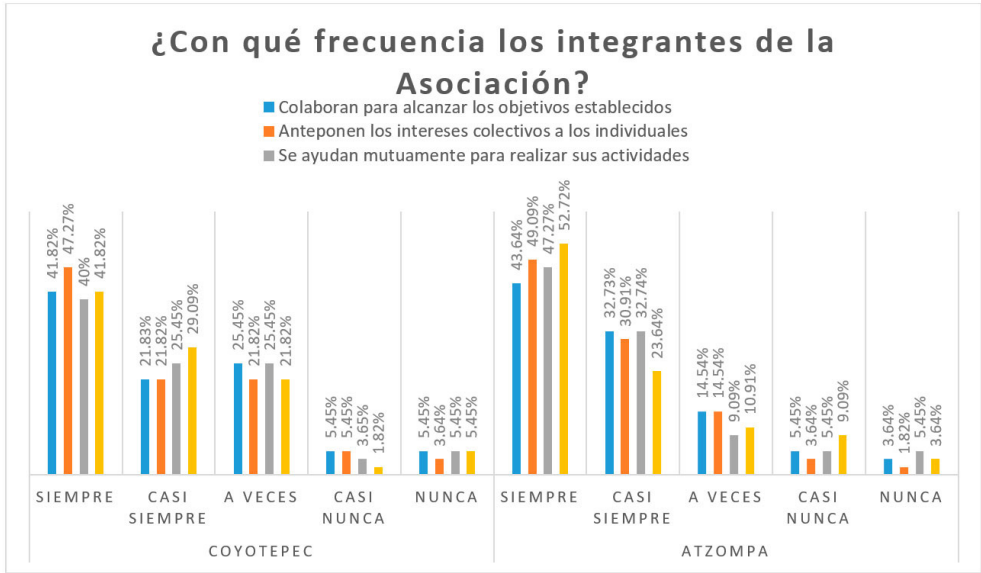
En la figura 10 se presenta el indicador participación social en el cual se destacan los siguientes resultados: en promedio, en San Bartolo Coyotepec el 60.46 % y en Santa María Atzompa el 62.27 % de los encuestados siempre toman decisiones de manera colectiva, se enfocan a lograr un objetivo en común, asisten a las asambleas y/o juntas y participan en eventos de las asociaciones. Estos resultados demuestran que existen altos niveles de participación e interés por parte de los artesanos alfareros para la toma de acuerdos de manera democrática, que coadyuven al logro del bien colectivo.

Figura 10. Nivel de frecuencia de participación social

Fuente: elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

En el último indicador, la solidaridad, en la figura 11 se puede observar que los promedios más altos se concentraron en las escalas siempre y casi siempre. En San Bartolo Coyotepec el 47.27 % y en Santa María Atzompa el 49.09 % de los encuestados asegura que siempre antepone los intereses colectivos a los individuales. Asimismo, en San Bartolo Coyotepec el 41.82 % y en Santa María Atzompa el 52.72 % siempre promueve acciones solidarias entre ellos. Estos resultados muestran que las acciones de solidaridad son actos que se llevan a cabo con frecuencia en las asociaciones de artesanos alfareros de ambos municipios.

Figura 11. Nivel de frecuencia de solidaridad



Fuente: elaboración propia con base al análisis descriptivo de los resultados

En suma, los resultados obtenidos permitieron obtener una perspectiva integral para analizar las prácticas de IS presentes en las asociaciones de artesanos alfareros de los municipios San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa. En definitiva, esta investigación mostró la importancia de generar y fomentar la IS en empresas sociales, específicamente en contextos con potencialidades locales.

Discusión

En las asociaciones de artesanos alfareros de San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa, la IS se dimensionó a través de la apropiación social de conocimiento (Buckland & Murillo, 2014; Méndez, 2015), la sostenibilidad (Alexandre-Leclair, 2017; Guzmán & Trujillo, 2008) y el valor social (Echeverría, 2008; Eizaguirre & Klein, 2020; Guadarrama & Acosta, 2016).

En los municipios de estudio, los hallazgos indicaron que en los artesanos alfareros que pertenecen a asociaciones existen altos niveles de competencia, es decir, poseen y comparten los conocimientos necesarios para llevar a cabo sus actividades con eficacia. Para ello, la participación constante en cursos o talleres donde se fomente la labor de la alfarería artesanal resulta importante para la difusión y transmisión de conocimiento (Eizaguirre & Klein, 2020).

Asimismo, otro factor importante para que exista IS es el nivel de replicabilidad en un territorio de las diferentes formas de innovación (Jaillier, 2020; Méndez, 2015). En las asociaciones de artesanos alfareros, los resultados mostraron que la forma de trabajo y organización que han construido puede resultar de suma utilidad para otras organizaciones o emprendimientos sociales de otras regiones que estén interesados en replicarla.

Las incorporaciones tecnológicas son un elemento fundamental para toda IS que se lleve a cabo (Méndez, 2015). De acuerdo con los resultados obtenidos, las asociaciones de artesanos alfareros en su mayoría escasamente incorporan nuevas tecnologías en su labor rutinaria; por ello resulta importante considerar la implementación de maquinaria, herramientas, materiales y nuevos métodos o técnicas de elaboración de artesanías, así como explorar nuevos diseños de acuerdo con los gustos y preferencias de los clientes.

La sostenibilidad - económica, social y ambiental - es un término clave en toda IS (Echeverría, 2008; Guadarrama & Acosta, 2016; Méndez, 2015). Los resultados del estudio mostraron que las asociaciones de artesanos alfareros realizan prácticas financieras que les han permitido mantener finanzas sanas. Por su parte, debe fomentarse la participación de los integrantes de las asociaciones mediante la implementación de nuevas ideas y soluciones para mejorar la forma en la que actualmente se llevan a cabo las actividades; esto contribuirá a una mejor cohesión social que genere a su vez, mayor sostenibilidad social en dichas asociaciones.

Aunque los resultados mostraron que mayormente se llevan a cabo prácticas de sostenibilidad ambiental, es necesario que los integrantes de las asociaciones se capaciten acerca de la reutilización de materiales, así como del manejo y cuidado de la materia prima que utilizan, a fin de llevar a cabo su labor mediante prácticas sustentables. Asimismo, es importante que los

artesanos alfareros se involucren en la participación de actividades relacionadas con el cuidado del medio ambiente.

El valor social es un factor crucial para generar IS (Echeverría, 2008; Guadarrama & Acosta, 2016). De acuerdo con los resultados del estudio, en las asociaciones de artesanos alfareros la inclusión social, la participación social y la solidaridad son tres elementos que se encuentran fuertemente vinculados a su forma de trabajo y organización. Por ello, es imprescindible seguir fomentando entre los integrantes de las asociaciones acciones solidarias y de participación que contribuyan a consolidar y aumentar el valor social para fortalecer la IS de dichos emprendimientos sociales.

Conclusiones

Esta investigación se desarrolló desde un enfoque teórico de ESS. El objetivo del estudio fue realizar un análisis de las prácticas de IS presentes en asociaciones de artesanos alfareros en los municipios San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa. Los resultados mostraron que los artesanos alfareros cuentan con altos niveles de competencia que se ven reflejados en los conocimientos adquiridos a lo largo de su vida, los cuales se transmiten de generación en generación y se fomentan a través de prácticas ancestrales.

Igualmente, la forma de trabajo y organización de las asociaciones permite que sea altamente replicable en otros contextos. No obstante, las incorporaciones tecnológicas son un elemento adolescente en estas asociaciones, ya que son escasas las veces que se implementa un nuevo método, herramienta, diseño o tecnología para la elaboración de las artesanías y para la forma en la que se realizan las actividades.

Cabe destacar que la sostenibilidad económica de estas asociaciones se ve reflejada en las prácticas financieras que les han permitido mantenerse rentables en el mercado. Sin embargo, se requiere reforzar el involucramiento de los artesanos alfareros en la toma de decisiones respecto a la organización de las actividades y la forma de trabajo de las asociaciones. Aunado a ello, las prácticas en cuestión ambiental que llevan a cabo les han permitido aprovechar al máximo la materia prima que utilizan; no obstante, se requie-

ren llevar a cabo capacitaciones para concientizar a los artesanos alfareros sobre el reciclaje de materiales y el fomento al cuidado del medio ambiente.

La inclusión social es un elemento con alta presencia en las asociaciones de artesanos alfareros debido a que prácticamente no se discrimina a ninguna persona que quiera pertenecer a estas empresas sociales. Asimismo, la participación social es un tema sumamente importante en dichas asociaciones, lo que se demuestra con las diversas prácticas de colaboración y el trabajo conjunto que se lleva a cabo. La solidaridad se manifiesta principalmente mediante la ayuda mutua y las acciones solidarias que se promueven entre los integrantes.

Finalmente, existen retos para la implementación de un modelo como el que se abordó en esta investigación, lo cierto es que podría ser una alternativa viable para plantear en contextos rurales donde permea la pobreza y la falta de oportunidades. Específicamente, el Estado de Oaxaca posee muchas comunidades con grandes potencialidades locales, ahora solo queda fomentar las prácticas de IS para aprovechar los recursos endógenos y creando un impacto social significativo.

Ética en la investigación

Como parte de la recolección de datos de la investigación, las encuestas aplicadas a las personas participantes fueron realizadas con consentimiento informado.

Agradecimientos

Nuestro agradecimiento a la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, al Tecnológico Nacional de México, campus Oaxaca y al Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional (CIIDIR), Unidad Oaxaca por las facilidades brindadas para la realización del estudio.

Referencias bibliográficas

- Alexandre-Leclair, L. (2017). Social entrepreneurship and social innovation as a tool of women social inclusion and sustainable heritage preservation: the case of the Sougha Establishment in UAE. *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, 31(3), 345-362. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.084846>
- Buckland, H., y Murillo, D. (2014). *La innovación social en América Latina. Marco conceptual y agentes*. Instituto de Innovación social. ESADE.
- Bund, E., Gerhard, U., Hoelscher, M., & Mildenerger, G. (2015). A Methodological Framework for Measuring Social Innovation. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 40(3 (153), 48-78. <http://www.jstor.org/stable/24583147>
- Cabrera, A. (2015). Trascendencia de las cooperativas en México: Análisis documental del impacto socioeconómico en comunidades rurales. *Strategy, Technology & Society*, 1(1), 104-120. <http://www.ijsts.org/index.php/STS3/article/view/14/12>
- Cohen, J. (1992). Statistical Power Analysis. Current. *Psychological Science*, 1(3), 98-101. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10768783>
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4(3), 202-228. <https://doi.org/10.1108/17508610810922703>
- Echeverría, J. (2008). El manual de Oslo y la innovación social. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 609-618.
- Eizaguirre, S., y Klein, J.L. (2020). Co-construcción de saberes, innovación social y desarrollo territorial: una experiencia quebequense. RE-VESCO. *Revista de Estudios Corporativos*, 134, 1-14. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.69172>

- Fisac, R., Moreno, A., Mataix, C., & Palacios, M. (2011). La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo. *Revista Española del Tercer Sector*, 17, 41-66.
- Galicia, L. A., Balderrama, J. A., & Edel, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura* 9(2), 42-53. <https://doi.org/10.32870/ap.v9n2.993>
- González, G (2020). La innovación social como estrategia de desarrollo. Políticas urbanas y acción colectiva. *Teuken Bidikay*, 11(16), 29-54. <https://doi.org/10.33571/teuken.v11n16a2>
- Guadarrama, V. H., & Acosta, A. (2016). Ecosistema de Innovación Social en México. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Guzmán, A., & Trujillo, M.A. (2008). Emprendimiento social - Revisión de la literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125. <http://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=21211518005>
- H. Ayuntamiento Constitucional de Santa María Atzompa. (2023). Plan Municipal de Desarrollo de Santa María Atzompa 2023-2025.
- H. Ayuntamiento de San Bartolo Coyotepec. (2023). Plan Municipal de Desarrollo 2023-2025.
- Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P., & Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 164-199.
- Hernández-Díaz, Jorge. (2016). *Artesanías: urdiendo identidades y patrimonios para el mercado*. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw-Hill Educación.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023). Cuenta Satélite de la Cultura de México, 2022. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/sala-deprensa/boletines/2023/CSCM/CSCM2022.pdf>
- Jaillier, E. (2020). *Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia*. Editorial Universidad Pontifica Bolivariana.
- Kleverbeck, M., Krlev, G., Mildenerberger, G., Strambach, S., Thurmann, J. F., Terstriep, J., & Wloka, L. (2019). Indicators for measuring social innovation. *Atlas of social innovation*, 2, 98-101.
- Matas, Antonio. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*, 20(1), 38-47.
- Mejía, E., Mendoza, J., & Hernández, L. (2019). Artesanos y su potencial emprendedor. Valles Centrales del estado de Oaxaca, 2018. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, 88-115.
- Méndez, E. (2015). *Batería de indicadores de innovación social*. Centro Editorial UNIMINUTO. Panamericana formas e impresos S.A.
- Mumford, M. D. (2002). Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14(2), 253-266. https://doi.org/10.1207/S15326934CRJ1402_11
- Navarro-Hoyos, S., & Cabrera-Vega, M. (2022). Artesanía sostenible: comunidades alfareras de Ráquira (Colombia) y Santa María Atzompa (México). *Comunicación, Cultura y Política*, 13. <https://doi.org/10.21158/21451494.v13.2022.3574>
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N., & James, P. (2014). Social innovation and social entrepreneurship: a systematic review. *Group y Organization Management*, 1-34. <https://doi.org/10.1177/1059601114560063>

- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34–43. <https://doi.org/10.48558/GBJY-GJ47>
- Ríos, G. (2006). *La artesanía de barro en San Bartolo Coyotepec y Santa María Atzompa, Oaxaca. Desarrollo de un medio digital de difusión*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Sánchez-Medina, P.S. (2024). El lado verde de la alfarería oaxaqueña: ¿estrategia de permanencia? *Revista Digital Universitaria*, 25(3). <http://doi.org/10.22201/ceide.16076079e.2024.25.3.4>
- Sosa, J., Gómez, P., Carmona, J., & Medel, J. (2019). Una aproximación empírica a la viabilidad de los emprendimientos sociales en México: el ciclo de vida de las cooperativas de la Región de la Costa de Oaxaca. *Revista de Estudios Cooperativos*, 131, 151-178. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.63564>
- Unceta, A., Castro-Spila, J., & García Fronti, J. (2016). Social innovation indicators. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192–204. <https://doi.org/10.1080/13511610.2015.1127137>
- Voorberg, W. H., Bekkers, V. J. J. M., & Tummers, L. G. (2015). A Systematic Review of Co-Creation and Co-Production: Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review*, 17(9), 1333–1357. <https://doi.org/10.1080/14719037.2014.930505>

Aplicación del método SAW para medir la Economía Social de la región noroeste de México

Claudia Lizbeth Tirado-Gálvez¹, Martin Isimayrt Huesca-Gastélum²,
Héctor Melesio Cuén Díaz³

Resumen

La importancia de estudiar la Economía Social radica en que promueve la cooperación y la organización horizontal y transversal, con el propósito de crear y mantener espacios de trabajo económicamente sostenibles que prioricen las necesidades humanas y el cuidado del medio ambiente por encima de la mera generación de beneficios económicos. Sin embargo, en México, hay una falta considerable de investigaciones que midan este aspecto en detalle. Esta investigación tuvo como propósito evaluar la Economía Social en la Región Noroeste de México utilizando el método SAW. Esta herramienta permitió elaborar un ranking basado en el desempeño económico social de cada Estado de la región. Los resultados indicaron que Baja California Sur se destacó como el estado con mejor desempeño. En resumen, el estudio validó la aplicación del método SAW como una herramienta efectiva para evaluar la Economía Social en la Región Noroeste de México, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y la mejora en la formulación de políticas regionales.

Palabras clave: Economía Social, noroeste de México, método SAW.

¹ Doctora en Ciencias Administrativas. Profesora Investigadora en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México. Correo: claudia.tirado@fca.uas.edu.mx <https://orcid.org/0009-0004-4734-940X>

² Doctor en Gobiernos Locales y Desarrollo Regional. Profesor Investigador en Desarrollo de Negocios, Universidad Tecnológica de Culiacán, Sinaloa, México. Correo: martinhuesca@hotmail.com. <https://orcid.org/0000-0001-9551-7042>

³ Doctor en Psicopedagogía y Desarrollo del Potencial Humano. Profesor Investigador en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México. Correo: drhectorcuendiaz@gmail.com. <https://orcid.org/0009-0002-8222-064X>

Application of the SAW method to measure the social economy of the northwest region of Mexico

Abstract

The importance of studying social economy lies in the fact that it promotes horizontal and transversal cooperation and organization, aiming to create and maintain economically sustainable workspaces that prioritize human needs and care for the environment over the mere generation of economic benefits. However, there is a considerable lack of research in Mexico that measures this aspect in detail. This research aimed to evaluate the social economy in the Northwest Region of Mexico using the SAW method. This tool made it possible to develop a ranking based on the social economic performance of each state in the region. The results indicated that Baja California Sur stood out as the best-performing state. In summary, the study validated the application of the SAW method as an effective tool to evaluate the social economy in the Northwest Region of Mexico, providing a solid foundation for future research and improvement in regional policy formulation.

Keywords: social economy, northwest Mexico, SAW method.

Introducción

La Economía Social es un aspecto crucial para la planificación y la toma de decisiones en políticas públicas (Castelao, 2016). En el noroeste de México, esta cuestión se complica debido a la diversidad económica y la interacción de sectores como la agricultura, la manufactura, el comercio y el turismo. La evaluación y comparación del desempeño en Economía Social de esta región resulta desafiante debido a la complejidad y variedad de los indicadores involucrados.

En este contexto, el método SAW (Simple Additive Weighting, por sus siglas en inglés) se presenta como una herramienta valiosa para enfrentar esta complejidad. Este método multicriterio permite integrar diversas variables socioeconómicas en un índice único, ponderando su importancia relativa y facilitando la comparación de resultados (Huesca & León, 2021). Este artículo explora la aplicación del método SAW para evaluar la Economía Social en el noroeste de México, con el objetivo de proporcionar una visión integral que pueda guiar futuras políticas de desarrollo en la región.

La elección del método SAW se basa en su simplicidad y eficacia para manejar datos cuantitativos en contextos que requieren decisiones basadas en múltiples criterios. Este enfoque permite una evaluación sistemática y clara del desempeño económico y social, ofreciendo una metodología robusta y replicable que enriquece la literatura sobre análisis regional y métodos multicriterio.

Para la evaluación, el estudio adopta los indicadores propuestos por Begiristain et al. (2022), quienes presentan un enfoque teórico centrado en la Economía Social y Solidaria. Se consideran métricas clave que permiten un análisis exhaustivo de factores relevantes, tales como el gasto total en subsidios, el sueldo promedio de mujeres y hombres, el número de instituciones educativas, el nivel de bienestar, y los porcentajes de participación de mujeres y hombres en la fuerza laboral. Estos indicadores proporcionan una base sólida para evaluar las variables económicas y sociales relacionadas con la calidad educativa y la equidad de género en el contexto analizado.

Este documento inicia con una reflexión sobre las principales teorías que enmarcan el objeto de investigación, estableciendo un marco teórico robusto para el análisis posterior. A continuación, se describe la metodología empleada, específicamente el método SAW, que facilita una evaluación clara y rápida de las alternativas. Por último, se presentan las conclusiones, destacando que el Estado de Baja California Sur sobresale por su desempeño superior en términos de Economía Social, sugiriendo que las políticas y estrategias implementadas en esta región han sido efectivas para promover el desarrollo económico y social.

Una revisión de la literatura sobre la Economía Social

En 1970 las organizaciones representativas de las cooperativas, mutuas y asociaciones francesas crean el Comité nacional de *liaison des activités coopératives, mutuelles et associatives* (CNLAMCA), que publica en 1980 *la Charte de l' économie sociale*, en la que se define a la Economía Social como el conjunto de entidades no pertenecientes al sector público que, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen especial de propiedad y distribución de las ganancias, empleando los excedentes del ejercicio para el crecimiento de la entidad y la mejora de los servicios a los socios y a la sociedad (Monzón, 1987).

Junto a los conceptos de Economía Social y de *non profit* sector se utiliza la denominación tercer sector para referirse indistintamente a cualquiera de ellos. En Estados Unidos fue Levitt (1973), uno de los primeros en utilizar la expresión tercer sector identificándolo con el sector no lucrativo, coincidiendo con el inicio, en 1973, de la investigación patrocinada por la Fundación Rockefeller sobre la importancia económica, social y política del sector no lucrativo. En Europa también se utiliza el término tercer sector para describir un sector situado entre el sector público y el sector capitalista que se identifica con el concepto de Economía Social. Diversas investigaciones sobre la Economía Social de ámbito internacional se han desarrollado bajo la denominación de “Tercer sector” (Defourny & Monzón, 1992) o de “Tercer Sistema” (CIRIEC, 2000).

Tavanti (2019), en su artículo “*Empresas de Economía Social: la clasificación del tercer sector de la economía (TSE)*”, proporciona una descripción panorámica de los desafíos y avances en las clasificaciones recientes del tercer sector, en Europa e internacionalmente. El autor examina los valores y las características de las empresas sociales u organizaciones híbridas que integran fines de lucro con beneficios sociales para la comunidad.

Para Duque et al. (2021), la Economía Social y Solidaria han representado desde finales del siglo XX un modelo económico alternativo y en constante evolución, orientado a generar beneficios con criterios de impacto social, abordando problemáticas como la desigualdad, la democratización de los

recursos y la primacía en las personas antes que el capital. En su estudio, ellos proponen un análisis y revisión de la literatura registrada en las bases de datos WoS y Scopus entre los años 2000 y 2020, empleando métodos y herramientas bibliométricas. Mediante un mapeo científico identificaron los principales enfoques, escuelas, autores, revistas, países e instituciones en este campo.

Wan et al. (2021), en su artículo adoptan datos de panel y establecen un sistema de índices para evaluar el grado de coordinación del acoplamiento (CCD) entre la Economía Social y el entorno ecológico basado en el concepto de desarrollo de alta calidad. Desde la perspectiva del tiempo y el espacio, se analizaron las leyes y características cambiantes del CCD, y los factores clave que lo afectan se determinan mediante análisis de regresión.

Los resultados muestran lo siguiente: la CCD entre la Economía Social y el entorno ecológico de la aglomeración urbana Chengdu-Chongqing presenta un nivel bajo en general; la CCD en las regiones más desarrolladas es significativamente más alta que en las regiones menos desarrolladas; así, las características de las diferencias espaciales son obvias; la tasa de urbanización, la relación entre el uso real de capital extranjero y el PIB, la relación entre el volumen total de exportaciones e importaciones y el PIB, la proporción de días con buena calidad del aire y el área de espacios verdes públicos per cápita son los principales factores que afectan el desarrollo coordinado, de la Economía Social y el entorno ecológico en la aglomeración urbana Chengdu-Chongqing; y Chongqing tiene una endogeneidad obvia.

Hehenberger y Buckland (2023) en su trabajo, proporcionan una visión clara sobre el tema de la medición del impacto de la Economía Social en Europa, incluyendo una descripción del estado del arte y la identificación de los desafíos y oportunidades presentes y futuros. También presentaron algunas recomendaciones sobre qué medidas políticas podrían ayudar a abordar los desafíos identificados y aprovechar las oportunidades. El impacto social de una organización de Economía Social puede considerarse como “el efecto (cambio) social, tanto a largo como a corto plazo, logrado para su población objetivo como resultado de la actividad realizada, teniendo en cuenta tanto los aspectos positivos como los negativos” cambios positivos y ajustes por atribución alternativa, peso muerto, desplazamiento y abandono’ (Clifford et al., 2015).

Los autores mencionados, han realizado estudios profundos sobre Economía Social desde una perspectiva teórica, desarrollando nuevos conceptos y enriqueciendo el debate académico. Sin embargo, a pesar de estos avances, aún existe una brecha significativa en la investigación empírica que utilice métodos rigurosos como el Ranking o el método SAW para evaluar y comparar las iniciativas de Economía Social. Esta carencia de investigaciones con un enfoque cuantitativo y sistemático limita la capacidad de generar criterios objetivos y confiables para evaluar el impacto y la efectividad de las políticas y programas de Economía Social, lo que a su vez dificulta la toma de decisiones informadas y la mejora continua en este campo.

Con respecto a la metodología SAW, los autores Bravo et al. (2021), realizaron un estudio referente al análisis de decisiones multicriterio en la integración de herramientas de la economía ecológica, donde se busca valorar mediante el análisis multicriterio la integración de las herramientas de la economía ecológica. Para ello se consideró lo reportado en la literatura referente a la aplicación de las herramientas de la economía ecológica utilizando como caso de estudio la de gestión de los residuos agrícolas con fines energéticos de la producción de arroz en una empresa. Por medio del análisis multicriterio de proceso analítico jerárquico (AHP) se pudo integrar las herramientas de la economía ecológica, análisis de ciclo de vida, el método exergético y el método emergético.

Al Nawaiseh et al. (2022), en su artículo evaluaron la calidad del sistema de gestión de bases de datos mediante el proceso de jerarquía analítica (AHP) y la metodología de ponderación aditiva simple (SAW). Utilizaron estos dos procedimientos de toma de decisiones basados en criterios bien conocidos. Por analizar y seleccionar la solución óptima entre una variedad de Out Sourcing (OS). Ellos evaluaron dos atributos del software y predijeron cuál era más efectivo. Después, utilizaron la técnica SAW para calcular las calificaciones de las alternativas para componentes del sistema operativo. Gracias a ello, seleccionaron la mejor alternativa entre los componentes disponibles, utilizando el mejor enfoque de toma de decisiones como método integrado para la preferencia de orden.

Otros autores que utilizaron la metodología SAW, Huesca y León (2021), mediante su trabajo clasificaron la competitividad de los destinos turísticos con base en diferentes operadores de agregación, específicamente, el opera-

dor de promedio ponderado ordenado (OWA) y el método de ponderación aditiva simple (SAW). El uso de estos métodos permitió clasificar los destinos turísticos según su competitividad. Además, permite la generación de diferentes escenarios que resaltan la importancia relativa de cada criterio. Realizaron una aplicación de estos métodos para determinar la competitividad de los destinos turísticos de Sinaloa, México.

La más reciente investigación que involucra la metodología SAW, es de los autores Landeta et al. (2024), que decidieron seleccionar la ciudad para vivir mediante modelos de multicriterio. El objetivo de su trabajo fue elegir mediante modelos multicriterio, la mejor ciudad para vivir en Estados Unidos entre 8 opciones con 17 criterios de decisión. La metodología consistió en seleccionar los criterios, luego priorizar sus pesos mediante el proceso de jerarquización analítica (AHP) de Saaty, para luego aplicar 4 modelos multicriterio, que se eligieron: SAW, MOORA, TOPSIS y ELECTRE, los cuales coincidieron en las 3 mejores ciudades de las 8 estimadas, siendo la mejor Minneapolis. Aun cuando para los lugares del cuarto al octavo hubo diferencias entre los métodos usados, lo importante es que todos coincidieron en la selección de la mejor ciudad, que era el objetivo del estudio.

Con base en lo anterior, es posible concluir que, a pesar de la existencia de numerosos artículos de investigación que abordan la metodología SAW y su aplicación en diversos campos, sorprendentemente no se han encontrado estudios que utilicen esta metodología para evaluar la Economía Social. Esta brecha en la literatura científica revela una oportunidad para explorar la aplicación del método SAW en este campo, lo que motiva la realización de la presente investigación. La importancia de evaluar la Economía Social a través de la metodología SAW radica en su potencial para proporcionar una herramienta objetiva y sistemática para medir el desempeño de las iniciativas de Economía Social, lo que a su vez puede informar la toma de decisiones y la mejora de políticas públicas (Huesca & León, 2021).

Por lo tanto, esta investigación busca llenar este vacío y contribuir al avance del conocimiento en este campo. Se considera importante aplicar el método SAW en la Economía Social para evaluar y comparar las iniciativas de manera objetiva y sistémica. Esto permitirá identificar las mejores prácticas, fortalezas, debilidades, y tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos y selección de proyectos. Dicho lo anterior, y con base en la

investigación de Begiristain et al. (2022), que proponen varios indicadores para Economía Social, hay algunos indicadores relevantes que se considerarán para este estudio son:

- Gasto total en subsidios
- Sueldo promedio de las mujeres
- Sueldo promedio de los hombres
- Número de instituciones educativas
- Nivel de bienestar
- Porcentaje de participación de mujeres en la fuerza laboral
- Porcentaje de participación de hombres en la fuerza laboral

Método SAW

De acuerdo con Fadafan et al. (2018), este instrumento es una de las técnicas de análisis multicriterio más utilizadas porque permite evaluar alternativas de forma sencilla y rápida. También es conocido como un método o algoritmo de suma ponderada que requiere normalizar los datos a una escala que se pueda comparar con todas las clasificaciones de las opciones existentes (Amalia & Alita, 2023; Aldisa et al., 2022). Para aplicarlo se deben seguir algunos pasos:

- **Paso 1.** Se identifican los criterios que serán utilizados en la evaluación.
- **Paso 2.** Se determinan las alternativas a evaluar.
- **Paso 3.** Se crea la tabla con los valores de cada alternativa para cada criterio.
- **Paso 4.** Se definen los pesos para cada criterio a través de la teoría de construcción personal propuesta por Roger et al. (2000). Con ello, se construye la matriz de comparación que será usada para confrontar los indicadores entre sí (tabla 1).

Tabla 1. Escala de valoración de la teoría de construcción personal

Intensidad de importancia	Definición	Explicación
1	Igual	La importancia entre ambos es igual
2	Muy baja	La importancia de uno respecto del otro es muy baja
3	Baja	La importancia de uno en comparación con el otro es baja
4	Alta	La importancia de uno en contraste con el otro es alta
5	Muy alta	La importancia de uno en relación con el otro es muy alta

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 5.** Se construye la matriz de decisión ($m \times n$) incluyendo las m alternativas evaluadas y los reactivos empleados. Asimismo, se normalizan los datos de los indicadores positivos aplicando la fórmula:

$$r_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_j^{max}} \quad i = 1, \dots, m, \quad j = 1, \dots, n \quad (1)$$

mientras que los ítems negativos se normalizan con la expresión:

$$r_{ij} = \frac{X_j^{min}}{X_{ij}} \quad i = 1, \dots, m, \quad j = 1, \dots, n \quad (2)$$

donde r_{ij} es el valor de calificación de desempeño normalizado, X_j^{max} es el número máximo de r en la columna j , X_j^{min} es el número mínimo de r en la columna j , y X_{ij} es el valor del atributo que posee cada criterio.

- **Paso 6.** Se evalúa cada alternativa A_i aplicando la siguiente definición:

$$A_i = \sum_{j=1}^n w_j r_{ij} \quad (3)$$

donde A_i es cada alternativa a evaluar, r_{ij} es el valor de calificación de desempeño normalizado de la i th alternativa a los j th criterios, y w_j es el criterio ponderado.

- **Paso 7.** Con los cálculos de todos los criterios para cada alternativa, se realiza la sumatoria de todas las opciones evaluadas. Con esa información, se crea un orden descendente de las alternativas para indicar la mejor y la peor, es decir, se genera un ranking de las opciones valoradas.

Medición de la Economía Social de la región noroeste de México con el método SAW

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la Economía Social de los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México mediante la aplicación del método SAW. Para alcanzar ese propósito, se llevaron a cabo los pasos de la sección 3:

- **Paso 1.** Los criterios utilizados para la evaluación se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Indicadores para evaluar la Economía Social

Identificador	Explicación	Categoría
GTS	Gasto total en subsidios	Indicador
SPM	Sueldo promedio de las mujeres	Indicador
SPH	Sueldo promedio de los hombres	Indicador
NIE	Número de instituciones educativas	Indicador
NIB	Nivel de bienestar	Indicador
PPM	Porcentaje de participación de mujeres en la fuerza laboral	Indicador
PPH	Porcentaje de participación de hombres en la fuerza laboral	Indicador

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 2.** Las alternativas evaluadas se presentan en la tabla 3.

Tabla 3. Gobiernos estatales de la Región Noroeste de México

Identificador	Explicación
A1	Baja California
A2	Baja California Sur
A3	Chihuahua

A4	Durango
A5	Sinaloa
A6	Sonora

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 3.** El puntaje de las alternativas de acuerdo con cada criterio se observa en la tabla 4.

Tabla 4. Puntaje para cada alternativa

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
GTS	412197558	118424647	431705124	145928327	402017534	433297355
SPM	7098	11730	9180	8271	9265	8118
SPH	8350	13800	10800	9730	10900	9550
NIE	172	42	169	101	142	163
NIB	94.6	94.6	94.6	94.6	94.6	94.6
PPM	41	38.2	41.6	39.2	39.8	40.1
PPH	59	61.8	58.4	60.8	60.2	59.9

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 4.** Se determinan los pesos de cada indicador mediante la extracción de las opiniones de tres expertos en Economía Social y aplicando la escala de la teoría de construcción personal. La matriz de comparación construida con esa información se visualiza en la tabla 5.

Tabla 5. Pesos de los criterios por la matriz de comparación

	GTS	SPM	SPH	NIE	NIB	PPM	PPH	SUMA	PESO
GTS	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	19.00	22%
SPM	0.33	1.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	24.33	28%
SPH	0.33	0.20	1.00	3.00	5.00	5.00	5.00	19.53	22%
NIE	0.33	0.33	0.33	1.00	5.00	4.00	4.00	15.00	17%
NIB	0.33	0.20	0.20	0.20	1.00	5.00	5.00	6.93	8%
PPM	0.33	0.20	0.20	0.25	0.20	1.00	5.00	2.18	2%
PPH	0.33	0.20	0.20	0.25	0.20	0.20	1.00	1.38	2%
TOTAL								88.37	100%

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 5.** Se genera la matriz de decisión incluyendo las alternativas y criterios. Aquí es necesario aplicar la fórmula 1 para los indicadores positivos y la expresión matemática 2 para los negativos. En este documento, la formulación 1 se aplicó en todos los reactivos porque son de naturaleza positiva. Los resultados se pueden ver en la tabla 6.

Tabla 6. Matriz de decisión

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
GTS	0.29	1.00	0.27	0.81	0.29	0.27
SPM	1.00	0.61	0.77	0.86	0.77	0.87
SPH	1.00	0.61	0.77	0.86	0.77	0.87
NIE	0.24	1.00	0.25	0.42	0.30	0.26
NIB	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
PPM	0.93	1.00	0.92	0.97	0.96	0.95

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 6.** Se evalúa cada alternativa aplicando la fórmula 3. La información de los resultados se presenta en la tabla 7.

Tabla 7. Resultados de las alternativas evaluadas

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
GTS	0.06	0.22	0.06	0.17	0.06	0.06
SPM	0.28	0.17	0.21	0.24	0.21	0.24
SPH	0.22	0.13	0.17	0.19	0.17	0.19
NIE	0.04	0.17	0.04	0.07	0.05	0.04
NIB	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
PPM	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
PPH	0.02	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02
SUMA	0.72	0.80	0.60	0.79	0.61	0.65

Fuente: elaboración propia.

- **Paso 7.** Con los datos de la tabla 7, se crea el siguiente ordenamiento descendente de las alternativas:

$$A2 > A4 > A1 > A6 > A5 > A3$$

De acuerdo con el ranking presentado en el paso anterior, es posible afirmar que los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México con los mejores niveles en su evaluación son Baja California Sur y Durango. Mientras que, Sinaloa y Chihuahua son las entidades federativas con valoraciones más bajas. Por su parte, Baja California y Sonora alcanzaron el puesto 3 y 4, respectivamente.

Asimismo, es posible argumentar que, para las instituciones públicas con las mejores puntuaciones, los criterios GTS y NIB representaron una fortaleza, ayudándolas a ubicarse entre los primeros lugares del ranking. Sin embargo, para los territorios de la parte baja, los indicadores PPM y PPH implicaron una debilidad e hicieron que se colocarán como las peores alternativas.

Por lo tanto, se demuestra la influencia que ejercen los criterios para alterar las mediciones decrecientes de los Estados mexicanos. En consecuencia, cuando un reactivo tiene más relevancia que otro, el desempeño del quehacer estatal puede mejorar o empeorar en ese criterio y, a su vez, en su ubicación dentro de la clasificación.

Por último, es importante visualizar el cambio en la Economía Social de los gobiernos estatales cuando se modifica la opinión de los tomadores de decisión o con la importancia de cada ítem. Asimismo, con la aplicación del método SAW, fue posible apreciar aquellos elementos que podrían representar una oportunidad o amenaza para los responsables de formular políticas dentro de los territorios estatales mexicanos.

Conclusiones

La investigación ha confirmado la eficacia del método SAW (Simple Additive Weighting) como herramienta valiosa para medir y evaluar la Economía Social en la Región Noroeste de México. Este enfoque metodológico ha permitido desarrollar un ranking detallado que refleja con precisión el desempeño económico y social de cada Estado en la región. Al proporcionar una base sólida para la comparación y el análisis de los diferentes niveles de desarrollo, el método SAW facilita una evaluación rigurosa de cómo cada

Estado está manejando sus recursos y políticas sociales, permitiendo así una comprensión más clara de las dinámicas económicas locales.

Uno de los hallazgos más destacados de la investigación es que Baja California Sur emergió como el Estado con el mejor desempeño en términos de Economía Social. Este resultado no solo pone de relieve el éxito de Baja California Sur en la gestión de su Economía Social, sino que también ofrece una oportunidad invaluable para identificar y analizar los factores específicos que han contribuido a su destacada posición. Este análisis puede proporcionar un modelo replicable para otras regiones de México que buscan mejorar su desempeño económico y social, destacando prácticas y políticas que han demostrado ser efectivas en un contexto particular.

La aplicación del método SAW ha demostrado ser particularmente útil para ofrecer una visión clara y cuantificable del impacto de diversas políticas y prácticas en la Economía Social. La capacidad del método para integrar múltiples variables y asignarles pesos según su relevancia permite una evaluación más detallada y precisa del impacto de las políticas económicas y sociales. Estos resultados, a su vez, pueden orientar a los responsables de la formulación de políticas en el diseño de estrategias más efectivas. Al identificar áreas de éxito y oportunidades de mejora, los responsables pueden priorizar intervenciones que maximicen el bienestar y la sostenibilidad en la región, adaptando las políticas a las necesidades específicas de las comunidades.

El estudio también establece una base sólida para la evaluación continua de la Economía Social en la Región Noroeste de México. La implementación regular del método SAW permitirá un seguimiento sistemático de los cambios en el desempeño económico y social a lo largo del tiempo. Este enfoque dinámico es esencial para adaptar las políticas y estrategias de desarrollo a medida que surgen nuevas necesidades y desafíos, asegurando que las intervenciones permanezcan relevantes y efectivas en un entorno en constante evolución.

Finalmente, se recomienda a los gestores de políticas públicas y a las organizaciones locales que utilicen los resultados de este estudio como base para diseñar e implementar iniciativas que promuevan prácticas económicas sostenibles y socialmente responsables. La información derivada del análisis

SAW puede ser clave para fomentar una cooperación efectiva y un desarrollo equilibrado en la región. Al aplicar las lecciones aprendidas y las recomendaciones derivadas del estudio, las políticas pueden ser ajustadas para abordar de manera más efectiva los desafíos y oportunidades que enfrenta la Economía Social en la Región Noroeste de México.

Referencias bibliográficas

- Al Nawaiseh, A., Albtoush, A., Al-Msiedeen, R. & Al Nawaiseh, S. (2022). Evaluate Database Management System Quality By Analytic Hierarchy Process (AHP) and Simple Additive Weighting (SAW). *Methodolog. MENDEL*, 28(2), 67-75.
- Aldisa, R., Nugroho, M., Mesran, S., Sinaga, A. & Sussolaikah, K. (2022). Pendukung keputusan menentukan sales terbaik menerapkan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *Journal of Information System Research*, 3(4), 548-556.
- Amalia, F., & Alita, D. (2023). Application of SAW Method in decision support system for determination of exemplary students. *Journal of Information Technology, Software Engineering and Computer Science*, 1(1), 14-21.
- Bravo Amarante, Edelvy, Kiran Schulz, Ralf, Romero Romero, Osvaldo, López Bastida, Eduardo Julio, & Güereca, Leonor Patricia. (2021). Análisis de decisiones multicriterio en la integración de herramientas de la economía ecológica. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(4), 468-477.
- Begiristain-Zubillaga, M., Etxezarreta-Etxami, E., & Morandelra-Arca, J. (2022). Towards the transformative social economy: Proposal of a system of indicators for cooperative social entrepreneurship. *Ann Public Coop Econ.*, 93, 457-501.
- Castelao, M. E. (2016). Las políticas públicas y su visión de la Economía Social y Solidaria en Argentina. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 61(227), 349-378.

- CIRIEC. (2000). The Enterprises and Organizations of the Third System: A strategic challenge for employment, CIRIEC-Directorate General V of the European Union, Liège.
- Clifford, J., Hehenberger, L., Fantini, M., Grabenwarter, U., Ratti, M., & Valcarcel, M. (2015). Proposed approaches to social impact measurement. Brussels; Luxembourg: European Commission. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0c0b5d38-4ac8-43d1-a7af-32f7b6fcf1cc>
- Defourny, J. & Monzón, J. L. (1992): Économie sociale (entre économie capitaliste et économie publique). The third sector (cooperatives, mutual and nonprofit organizations), De Boeck Université CIRIEC, Bruxelles.
- Duque, P.; Meza, O.E.; Giraldo, D.; & Barreto, K. (2021). Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 138, e75566.
- Fadafan, F., Danehkar, A., & Pourebrahim, S. (2018). Developing a non-compensatory approach to identify suitable zones for intensive tourism in an environmentally sensitive landscape. *Ecological Indicator*, 87, 152-166.
- Hehenberger, H. & Buckland, L. (2023). How impact measurement fosters the social economy. In: *Social Economy Science*. Eds. Gorgi Krlev, Dominika Wruk, Giulio Pasi, and Marika Bernhard. Oxford University Press.
- Huesca-Gastélum, M., & León-Santiesteban, M. (2021). Ranking de competitividad de los destinos turísticos: Un análisis utilizando el operador OWA y el método SAW. *Inquietud Empresarial*, 21(2), 15–34.
- Landeta, J. M. I., Saldaña, J. A. N., Camacho, L. A. Z., & Landeta, M. L. I. (2024). Selección de la ciudad para vivir mediante modelos de decisión multicriterio. *Investigación Operacional*, 45(3).
- Levitt, T. (1973). The Third Sector-New Tactics for a Responsive Society, Division of American Management Associations, New York.

- Monzón, J. L. (1987). La Economía Social en España. *CIRIEC*, 19-29.
- Roger, M., Bruen, M., & Maystre, L. (2000). Electre and decision support, Kluwer, academic making. *European Journal of Operational Research*, 10, 51-55.
- Tavanti, M. (2019). Social economy enterprises: The third/social economy (TSE) sector classification for advancing shared values for the common good. *Entre-textos*, 11(33), 1–14.
- Wan, Jiangjun, Yuxin Li, Chunchi Ma, Tian Jiang, Yi Su, Lingqing Zhang, Xueqian Song, Haiying Sun, Ziming Wang, & Yutong Zhao. (2021). Measurement of Coupling Coordination Degree and Spatio-Temporal Characteristics of the Social Economy and Ecological Environment in the Chengdu–Chongqing Urban Agglomeration under High-Quality Development. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(21), 11629.

El complejo camino de ser una empresa social

Mariana Zerón Félix¹, Cristian Alejandro Rubalcava de León², Mariana Vázquez Loya³, Tatiana Alfaro Piña⁴

Resumen

Este capítulo analiza cómo la adopción del Sistema B puede facilitar la integración de prácticas sostenibles y responsables, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), a fin de comenzar el camino de una empresa mexicana para ser reconocida como una empresa social. Se examina la adaptación del Sistema B al contexto local mexicano, así como la necesidad de alfabetización financiera para los emprendedores y los desafíos de implementar cambios culturales y organizacionales. A través de una revisión del contexto del emprendimiento social en México, la investigación propone una propuesta para apoyar a las pequeñas y medianas empresas que se decantan por ser sociales, promoviendo la mejora continua y el desarrollo de capacidades dinámicas. Este enfoque busca asegurar que las empresas mexicanas contribuyan eficazmente al desarrollo sostenible y al crecimiento económico a largo plazo.

Palabras clave: empresa social; empresas sistema B; emprendimiento social; objetivos de desarrollo sostenible; alfabetización.

1 Doctora en Administración. Universidad Autónoma de Tamaulipas. Profesora Investigadora de Tiempo Completo. Cd. Victoria, Tamaulipas, México. Correo electrónico: zfmariana@docentes.uat.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0003-0584-6884>

2 Doctor en Ciencias Administrativas. Instituto Tecnológico Nacional de México Campus Victoria. Profesor Investigador de Tiempo Parcial. Cd. Victoria, Tamaulipas, México. Correo electrónico: mvazquezl@upv.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0001-6427-3716>

3 Maestra en Dirección Empresarial. Universidad Politécnica de Victoria. Profesora Investigadora de Tiempo Completo. Cd. Victoria, Tamaulipas, México. Correo electrónico: mvazquezl@upv.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0001-6427-3716>

4 Maestra en Desarrollo de Recursos Humanos. Universidad Politécnica de Victoria. Docente de Tiempo Parcial. Cd. Victoria, Tamaulipas, México. Correo electrónico: mvazquezl@upv.edu.mx; <https://orcid.org/0009-0005-7247-1981>

The complex path of being a social company

Abstract

This chapter analyzes how the adoption of System B can facilitate the integration of sustainable and responsible practices, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), to begin the path of a Mexican company to be recognized as a social enterprise. The adaptation of System B to the local Mexican context is examined, as well as the need for financial literacy for entrepreneurs and the challenges of implementing cultural and organizational changes. Through a review of the context of social entrepreneurship in Mexico, the research proposes a proposal that includes the creation of a social entrepreneurship laboratory to support small and medium-sized businesses, promoting continuous improvement and the development of dynamic capabilities. This approach seeks to ensure that Mexican companies effectively contribute to sustainable development and long-term economic growth.

Keywords: social enterprise; system B companies; social entrepreneurship; sustainable development goals; literacy.

Introducción

En un esfuerzo global por lograr un desarrollo equitativo para todas las naciones, la Organización de las Naciones Unidas ha impulsado propuestas y acciones internacionales que se han reflejado y reformulado en 15 objetivos y 169 metas de carácter universal, conocidos como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), a través del documento “Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible”. Desde su creación en 2015, la implementación de estas medidas busca erradicar la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y perspectivas de las personas en todo el mundo. Por ello, la década de 2020 se ha considerado la más ambiciosa, con el objetivo de alcanzar un mundo mejor para 2030 (Moore, 2015; Navarro-Cejas et al., 2021).

En este contexto, en 2019, la ONU hizo un llamado a la acción en diferentes niveles. El primero, a nivel mundial, busca promover un liderazgo más sólido, mayores recursos y soluciones más inteligentes. El segundo nivel se centra en la acción local, impulsando transiciones necesarias en las políticas, presupuestos, instituciones y marcos regulatorios de gobiernos, ciudades y autoridades locales. Finalmente, el tercer nivel aboga por la participación de jóvenes, sociedad civil, medios de comunicación, sector privado, sindicatos, círculos académicos y otras partes interesadas (Fernández-Mateo, 2020), con el fin de consolidar un movimiento fuerte que impulse las transformaciones necesarias para alcanzar los objetivos de la Agenda 2030, en sus tres grandes dimensiones del desarrollo sostenible: social, económica y ambiental (Andrade et al., 2020; Moallemi et al., 2019).

De acuerdo con Moore (2015), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan una oportunidad para que sociedades y gobiernos atiendan y alcancen metas específicas de desarrollo, proponiendo escenarios más sensibles socialmente mediante cambios en el antiguo modelo de crecimiento. En particular, el ODS 8, “Trabajo decente y crecimiento económico”, y el ODS 9, “Industria, innovación e infraestructura”, están dirigidos a crear las condiciones necesarias para lograr crecimiento económico y una industrialización orientada hacia una vida desarrollada.

Entre sus acciones, se plantea la transformación de las estructuras económicas, el incremento de la productividad, la creación de empleo decente, así como la promoción de la innovación y el mejoramiento de infraestructuras (Andrade et al., 2020; Moallemi et al., 2019; Trejo-Nieto, 2017). Trejo-Nieto (2017) añade que la formulación de los ODS 8 y 9 también implica un cambio significativo en la percepción del crecimiento económico, al darle un enfoque inclusivo y sostenible.

Siguiendo los indicadores y directrices proporcionados por la Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, en el año 2017, México creó el Consejo Nacional de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (CNADS), el cual permite la coordinación entre los diferentes actores del país con el fin de dar cumplimiento a la agenda. Cabe mencionar que, el CNADS fue ratificado en el año 2021; es decir, se ha mantenido en dos periodos presidenciales diferentes. Esto ha permitido cumplir el objetivo de dotar a

cada país de herramientas que les permitieran monitorear su progreso y desarrollo de manera efectiva con la agenda 2030, a su vez de que se comenzó a integrar información relacionada con su cumplimiento y medición a través del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información (INEGI) (CNADS, 2024).

Entre los indicadores disponibles en el portal del INEGI se encuentran el crecimiento económico per cápita, la diversificación y modernización tecnológica en sectores de alto valor añadido y uso intensivo de mano de obra, el ingreso por hora de trabajadoras y trabajadores, la tasa de desocupación y la proporción de empleo informal no agropecuario. Sin embargo, algunos de estos indicadores, creados específicamente para el contexto de México, parecen diseñados más para identificar a sujetos como beneficiarios que como titulares de derechos (Arias-Soto et al., 2024). Desde esta perspectiva, el autor señala que, en lugar de consolidar logros, México muestra signos de retroceso, a pesar de haber pasado nueve años desde la implementación de la propuesta de la ONU.

Para contrarrestar lo anterior, el papel de las empresas es esencial, ya que su presencia global hace que sus contribuciones a la sostenibilidad del planeta y sus habitantes sean fundamentales para generar un impacto significativo (Baltazar-Domínguez & Caldera-González, 2016). Actualmente, se está retomando la idea de que la innovación no solo implica la creación de productos nuevos y sorprendentes, sino también la transformación de comportamientos individuales y colectivos. Además, se requieren indicadores precisos para medir estos cambios, lo que demuestra que es posible lograr avances económicos (Pineda, 2016). Esto sugiere que el sector empresarial debe centrarse en el compromiso global de guiar a las naciones hacia el desarrollo sostenible.

En este sentido, el objetivo del presente estudio es proponer estrategias y modelos de negocio innovadores que fortalezcan la participación de las empresas mexicanas en la Agenda 2030, considerando el emprendimiento social y la certificación de sus procesos estratégicos, como el Sistema B, con el fin de dar el primer paso como empresa social.

Planteamiento del problema

Es necesario reconocer que, en el contexto mexicano, existen condiciones para que actores con ideas de negocio que combinan objetivos económicos y sociales puedan desarrollar estrategias que satisfagan al cliente al abordar problemáticas sociales (Félix-González et al., 2017; Hlady-Rispa & Servantie, 2017; Saiz-Álvarez, 2018). Saiz-Álvarez (2018) señala que los pueblos mexicanos donde se han detectado emprendimientos sociales han contribuido positivamente a indicadores relacionados con la pobreza y la salud.

Sin embargo, no existe una legislación adecuada que fortalezca y reconozca formalmente la estructura de un emprendimiento social. Actualmente, existen diversas figuras normativas y jurídicas, pero ninguna engloba completamente las características propias de este modelo de negocio (Inter-American Development Bank, 2016; Rubalcava de León & Zerón-Félix, 2020; Wulleman & Hudon, 2016).

Cabe mencionar que, en 2007, en la Gaceta Parlamentaria de la Cámara de Diputados, año XX, número 4712-VI, se presentó una iniciativa de ley que buscaba introducir el concepto de emprendimiento social en la Ley de la Economía Social y Solidaria, reglamentaria del párrafo octavo del artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Esta propuesta definía el “Emprendimiento Social” como el esfuerzo del sector para promover el desarrollo de la propiedad social, basado en un sistema socioeconómico de solidaridad, cooperación y reciprocidad. Sin embargo, la iniciativa no logró ser aprobada y fue desestimada en 2018. Por lo cual, se carece de un marco regulatorio que permita clasificar de manera clara a una empresa como social (Félix-González et al., 2017; Rubalcava de León & Zerón-Félix, 2020).

Actualmente, el mundo empresarial continúa centrado en generar altos beneficios para propietarios y accionistas, minimizando gastos y costos, lo que ha llevado a que el cuidado del medio ambiente se siga percibiendo como un gasto (Inter-American Development Bank, 2016). Por ello, es necesario un cambio de paradigma que priorice un impacto social y ambiental responsable, sin descuidar los intereses de los empleados y la comunidad.

Este enfoque debe combinar las actividades comerciales con un marco que garantice el cumplimiento de su misión de manera sostenible (Carvajal-Muñoz, 2021).

En este sentido, una posibilidad para que México pueda salir adelante de sus problemáticas es la implementación y adopción de una estrategia de innovación abierta para enfrentar de manera competitiva y global los principales desafíos sociales de nuestra época, tales como la pobreza, los problemas ambientales, el bienestar, el envejecimiento de la población, la participación social, el desempleo y la calidad de vida (Maldonado-Guzmán et al., 2021). Esta estrategia transformaría dichos retos en oportunidades de emprendimiento, renovando mercados, industrias, y servicios tanto públicos como privados, además de fortalecer la democracia en una sociedad abierta (Leckel et al., 2020).

Es importante destacar que ninguna empresa puede resolver por completo todos los problemas sociales, económicos y ambientales que afectan su entorno, ni asumir el costo total de hacerlo (Farinha et al., 2020). Por lo tanto, cada actor empresarial debe evaluar los problemas presentes en su comunidad, priorizarlos y desarrollar un plan de acción o agenda sostenible. Este enfoque le recordará que la afectación de su entorno tendrá repercusiones en su organización a mediano o largo plazo (Attanasio et al., 2022).

Las empresas enfrentan numerosos desafíos, y en el caso específico de América Latina, es posible identificar varios factores que pueden llevar al cierre de una empresa. Entre los más importantes se incluyen la falta de planificación desde el inicio, el desconocimiento de la competencia, del mercado y del sector, así como la falta de innovación, profesionalización, aseguramiento de la calidad, estructura organizacional y financiamiento (González-Díaz & Becerra-Pérez, 2021).

De igual manera, los emprendimientos sociales en América Latina también han contribuido significativamente al desarrollo de tecnologías y modelos de negocio que abordan problemas críticos como la gestión de residuos, el acceso al agua potable y la deforestación (Alberto & Vásquez-Bernal, 2020; Saiz-Álvarez, 2018). En el ámbito social, estos emprendimientos apoyan la construcción de comunidades más resilientes y sostenibles. Un ejemplo de esto son las iniciativas que promueven el reciclaje y la economía circular, las

cuales se alinean con los ODS y fomentan una cultura de sostenibilidad entre la población (Arroyo-Moroch, 2018). Estas condiciones están impulsando a un número creciente de empresas a operar bajo marcos de sostenibilidad y desarrollo local, lo que ha dado lugar también a la creación de nuevos modelos de negocio, como el sistema B (Soria-Barreto et al., 2021).

En síntesis, los emprendimientos de carácter y las empresas sociales en México aún enfrentan un arduo camino hacia su reconocimiento formal. El sistema B presenta mecanismos que valoran y reconocen la capacidad de estas organizaciones para innovar en la solución de problemas sociales y ambientales (Grimes et al., 2018; Soria-Barreto et al., 2021). Este espíritu de innovación es altamente valorado dentro del Sistema B, que busca promover modelos de negocio que no solo sean rentables, sino que también ofrezcan soluciones novedosas y efectivas a los desafíos globales. En este contexto, surge la pregunta: ¿Cómo pueden las empresas mexicanas iniciar el camino hacia el reconocimiento como empresas sociales?

Marco teórico

Emprendimiento social

En el contexto del mercado actual, las empresas enfrentan factores incontrolables como la recesión, los cambios demográficos drásticos, la creciente competencia internacional y los desafíos medioambientales (González-Díaz & Becerra-Pérez, 2021; Trejo-Nieto, 2017). Ante esta situación, es evidente que las empresas deben ajustar su estrategia de negocio para mantener su competitividad. Es esencial que las empresas permanezcan abiertas a los cambios emergentes mientras definen su alcance. Si la alta dirección se compromete con el desarrollo local y la sostenibilidad, la empresa puede centrarse en resolver uno o varios problemas sociales específicos desde una perspectiva estratégica. Esto le permitirá convertirse en una fuente de progreso social al aplicar sus recursos, experiencia y conocimiento para alcanzar estos objetivos (Baltazar-Domínguez & Caldera-González, 2016).

Ante este panorama, el emprendimiento social emerge como una respuesta estratégica, permitiendo la creación de empresas con fines sociales que

no solo fomentan el empleo, sino que también promueven el desarrollo económico y social en áreas específicas (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017; Vargas-Sáenz & Escudero, 2021). Estas iniciativas buscan abordar las necesidades socioeconómicas aún insatisfechas en la sociedad (Carvajal-Muñoz, 2021; Gali et al., 2020).

En este contexto, se ha demostrado que los emprendimientos sociales privados son efectivos en la resolución de estos desafíos, al punto de que algunos consideran que su impacto puede ser incluso mayor que el de las intervenciones gubernamentales. Su existencia es crucial para que los gobiernos puedan alcanzar sus propios objetivos, subrayando la importancia de su papel en el tejido social y económico (Bellostas et al., 2016).

Es relevante destacar que una empresa social no debe confundirse con una organización benéfica. Si bien el emprendimiento social se caracteriza por una actitud altruista basada en una profunda necesidad de ayudar a los demás, también puede ser combinada con una visión empresarial, es decir, ofrecer una propuesta de valor (Dees, 2001; Mair & Martí, 2006). Los emprendedores sociales son considerados como ‘agentes de cambio’ en el ámbito social, quienes innovan y actúan con el objetivo de generar un valor social sostenible (Cavalcanti, 2021; Hlady-Rispal & Servantie, 2017). La propuesta de este valor surge al combinar la “legitimidad y apoyo” con el entorno y la capacidad operativa, lo que implica ajustar la estrategia empresarial para lograr los resultados deseados y crear valor económico (Bellostas et al., 2016; Caldwell et al., 2017).

En América Latina, el surgimiento del emprendimiento social es cada vez más frecuente y ha jugado un papel crucial en la reducción de la pobreza y la desigualdad. Al crear negocios que generan empleo y ofrecen productos y servicios accesibles a poblaciones marginadas, estos emprendimientos contribuyen a mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables. Esto es particularmente relevante en México, donde la economía informal es prevalente, y donde los emprendimientos sociales pueden ofrecer una alternativa viable para las ideas de negocios que surgen en el territorio (Alberto & Vásquez-Bernal, 2020; García-Alonso et al., 2020; Macías & Macías, 2018).

El sistema B

Cuando las empresas empezaron a mencionar sus prácticas sociales como ventaja competitiva, también surgió el *greenwashing* y el *social washing*. El *greenwashing* puede ser descrito como una práctica de marketing que engaña o confunde al público sobre la sostenibilidad de una empresa o de sus productos o servicios (Córdoba & Candón-Mena, 2020).

Por lo tanto, aquellas empresas que afirman tener como uno de sus objetivos contribuir a la sociedad y al medio ambiente para mejorar el mundo, se espera que sus aportaciones sean auténticas y no meras estrategias de marketing diseñadas para aumentar ventas o atraer a ciertos sectores de clientes. Por ello, es fundamental que aquellas que buscan generar un impacto social cuenten con el reconocimiento de los actores de interés (*stakeholders*) que validen y respaldan sus esfuerzos (Attanasio et al., 2022; Han et al., 2014).

En respuesta a la creciente demanda de transparencia y confianza, en 2006, Gilbert y su equipo en los Estados Unidos crearon una certificación dirigida a empresas con enfoque en el triple impacto, a través de la organización sin fines de lucro “B Lab” (Grimes et al., 2018; Soria-Barreto et al., 2021). Desde 2018, “B Lab” ha expandido su alcance a nivel global, con presencia en Latinoamérica, Europa Continental, el Reino Unido, África y Australia.

El modelo B, creado por “B Lab”, proporciona un marco para que las empresas evalúen su impacto social y ambiental, mediante asesoría y cuestionarios alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y otros estándares internacionales de sostenibilidad, como GRI e IRIS. Este modelo permite a las empresas identificar áreas de mejora en cinco dimensiones: Gobierno, Trabajadores, Clientes, Comunidad y Medio Ambiente.

Se destaca que el modelo de Empresas B aborda directamente la rendición de cuentas al ofrecer herramientas, métodos y marcos legales que permiten a las compañías alinear sus operaciones con valores de largo plazo, teniendo en cuenta a todas sus partes interesadas (Grimes et al., 2018; Soria-Barreto et al., 2021). Esto contribuye a construir confianza y fortalecer el valor de marca ante el público en general.

A través de la asesoría y evaluación proporcionadas por “B Lab”, las organizaciones reciben apoyo para participar en un proceso de mejora continua. Aunque “B Lab” se ha centrado históricamente en pequeñas y medianas empresas, su objetivo actual es desarrollar una economía global en la que las PYMES se alineen con la prosperidad de las grandes multinacionales públicas, logrando así una prosperidad compartida y duradera para todos (Kim et al., 2016).

El Banco de Desarrollo de América Latina define a las Empresas B como una nueva categoría de organizaciones que, además de enfocarse en maximizar sus beneficios financieros, genera un impacto positivo tangible en la sociedad y el medio ambiente, evaluando este impacto mediante estándares externos, diferenciándose de las empresas convencionales por su enfoque en propósito, responsabilidad y transparencia.

Por ello, la innovación de estas empresas reside en invitar a los accionistas a comprometerse legalmente con tres aspectos clave: considerar los intereses no financieros al mismo nivel que los financieros, gestionar los impactos sociales y ambientales con el mismo rigor que los financieros, y someterse a una evaluación externa conforme a parámetros globales robustos y reconocidos (Correa, 2019).

El hecho de certificarse como Empresa B no implica que estas empresas alcancen la perfección, sino que refleja su interés y compromiso por mejorar continuamente. Este compromiso se evidencia a través de una evaluación constante realizada por un organismo independiente, cuyo trabajo es medir y analizar las cinco áreas más relevantes de la empresa según el sistema Empresa B (Correa, 2019; Soria-Barreto et al., 2021).

Como se ha mencionado anteriormente, cada vez más empresas en el ámbito mundial buscan obtener una certificación como Empresas B. Pero ¿qué es exactamente el Modelo B? ¿Quién otorga esta certificación? ¿Qué implica ser una Empresa B? ¿Cuáles son los requisitos para obtenerla? ¿Pueden también certificarse las PYMES?

El Sistema B se enfoca en evaluar aspectos clave como la misión de la empresa, el compromiso con los grupos de interés, la estructura y el control de la gerencia corporativa, y la transparencia en general. Este sistema propor-

ciona una herramienta que permite a las empresas identificar las acciones necesarias para promover el bienestar financiero, físico, profesional y social de sus empleados.

Entre las áreas evaluadas se incluyen las remuneraciones, los beneficios, la capacitación, la participación accionaria y el ambiente laboral. Además, el Sistema B permite a las empresas visualizar cómo pueden contribuir al bienestar económico y social de los grupos internos y externos de la comunidad en la que operan, incluyendo proveedores, distribuidores y la comunidad local. En cuanto a la dimensión Medio Ambiente, facilita la identificación de acciones para mejorar la gestión ambiental de la empresa, tanto directa como indirectamente, y sus operaciones. Finalmente, se evalúa si los productos o servicios de la empresa están diseñados para abordar problemas sociales específicos, tales como la salud o la educación, y el grado en que benefician a las comunidades marginadas (Jiménez-Barandalla et al., 2021).

Formar parte del Sistema B permite a las empresas certificadas contar con una marca colectiva que fortalezca su identidad en el mercado, tanto en el ámbito nacional como internacional, a través de bienes y servicios que llevan el distintivo de bienestar conjunto entre sociedad y medio ambiente. En el contexto latinoamericano, las empresas más tradicionales pueden considerar que lo que propone el Modelo B es difícil de alcanzar en su país o localidad. A pesar de que el modelo pueda resultarles atractivo, podrían dudar de la existencia de las condiciones necesarias para integrarse a este sistema.

El Sistema B contempla la construcción de un marco legal y jurídico en distintos países para que las empresas puedan operar dentro de los marcos normativos de la economía de triple impacto. Su objetivo es promover cambios en las regulaciones y prácticas del mercado, y proponer el desarrollo y definición de políticas públicas que favorezcan un entorno institucional adecuado para la economía de impacto. Esto incluye la promoción de políticas públicas relacionadas con compras sostenibles, la implementación de instrumentos regulatorios, como leyes que limiten la carga contaminante de las industrias o prohíban el uso de sustancias peligrosas (Correa, 2019).

Además, el Sistema B apoya la inversión en empresas sociales y otras estructuras con el objetivo de generar beneficios sociales y medioambientales que van más allá del rendimiento financiero, a través de inversiones de

impacto. Además, se compromete con la educación legal para la economía de triple impacto, trabajando para crear las condiciones adecuadas en cada país para que el Sistema B funcione de manera efectiva. Es por ello que, en el ámbito mundial, cada vez más empresas están adoptando el Modelo B, promoviendo así un movimiento global alineado con la Agenda 2030 (Facal-Santiago, 2024; Kim et al., 2016).

La empresa interesada, ya sea que decida iniciar o no el proceso de certificación, puede registrarse en la página web del Sistema B correspondiente a su país. Para ello, deberá proporcionar información como el nombre de la empresa, país, región, estado o provincia, fecha del último cierre fiscal, sector e industria, número de empleados y el cargo de la persona que realiza el registro. No se requiere la presentación de documentos legales que acrediten la personalidad jurídica de la empresa o de la persona que la representa.

Estos datos permiten al Sistema B asignar una herramienta adecuada a las características del negocio, su tamaño y entorno (Honeyman, 2014). Esta herramienta, gratuita y con una escala reconocida globalmente, está disponible en español, portugués e inglés (Correa, 2019). Según Honeyman (2014), la autoevaluación proporcionada ayuda a identificar fortalezas y áreas de mejora, ofreciendo un puntaje preliminar que indica qué tan cerca está la empresa de cumplir con los estándares de certificación.

Una vez que las empresas obtienen la certificación, deben mantener su compromiso con la mejora continua al renovarla cada tres años. Durante este período, es esencial que continúen evaluando y optimizando sus prácticas para asegurar que cumplen con los rigurosos estándares del Sistema B. Además, deben elaborar informes anuales que evidencien su impacto social y ambiental, promoviendo así la transparencia y la responsabilidad (Stubbs, 2017).

Al certificarse como B Corp, las empresas se integran a una comunidad global que comparte valores y principios similares. La participación en esta comunidad brinda oportunidades para la colaboración, el intercambio de mejores prácticas y el aprendizaje continuo, lo que ayuda a mejorar su impacto positivo desde la fuerza del mercado (Honeyman & Giadorou-Koch, 2015). Este apoyo comunitario es un recurso valioso que facilita a las em-

presas avanzar en su misión de utilizar los negocios como una fuerza para el bien (Liute & De Giacomo, 2021).

Ahora bien, las empresas interesadas en la certificación del Sistema B deben considerar varios aspectos como:

1. Los costos asociados con la certificación del Sistema B son un aspecto importante para considerar. Aunque los cuestionarios iniciales para la autoevaluación son gratuitos, el proceso de certificación en sí conlleva un costo que varía entre 1,000 euros (aproximadamente 21,600 pesos mexicanos) y 10,000 euros (alrededor de 1,079,000 pesos mexicanos). Además del costo de la certificación, es necesario contemplar los gastos adicionales relacionados con las auditorías continuas, que aseguran que la empresa cumpla con los estándares B. Estos costos incluyen tanto las auditorías como el tiempo que requieren, lo cual debe ser tomado en cuenta.
2. También es crucial que las empresas logren equilibrar su sostenibilidad económica mientras mantienen la calidad de los bienes y/o servicios que ofrecen al mercado. Gestionar estratégicamente implica diseñar un modelo organizacional que responda a las demandas de un entorno globalizado y competitivo. Este modelo debe facilitar la toma de decisiones dentro de una estructura que defina claramente la autoridad, la división del trabajo y la coordinación de funciones. De esta manera, se orienta el trabajo del personal, se optimiza el uso del tiempo y se capitalizan eficientemente y eficazmente todos los recursos tangibles e intangibles de la organización. En consecuencia, esto inevitablemente conlleva un aumento en la inversión en prácticas operativas y sostenibles (Porter & Kramer, 2019).
3. El cambio cultural y organizacional es fundamental, e implica una inversión económica y de tiempo en la capacitación del talento humano. Según Honeyman (2014), un cambio cultural profundo es crucial para que una empresa se alinee auténticamente con los valores del Sistema B. Este cambio afecta la forma en que la empresa opera, toma decisiones y se relaciona con sus empleados, clientes y la comunidad en general.
4. Las empresas en proceso de certificación deben ser conscientes de que la inversión inicial es necesaria para obtener rentabilidad a largo

plazo. Esto implica hacer sacrificios financieros a corto plazo con el objetivo de lograr resultados de impacto en el futuro. En este contexto, Correa (2019) destaca que la agilidad estratégica, en combinación con capacidades dinámicas, desempeña un papel crucial en los equipos de dirección. El desarrollo de estas habilidades permite crear una ventaja competitiva a largo plazo en economías abiertas a la innovación y a la red de organizaciones en el contexto global.

5. Una vez que una empresa obtiene la certificación, debe comprometerse a mantener buenas prácticas sociales y medioambientales, que son los objetivos fundamentales de las Empresas B. La certificación tiene una duración de tres años, tras los cuales la empresa deberá someterse nuevamente al proceso para obtener la recertificación. Según Correa (2019), estos costos se mantienen constantes mientras la empresa permanezca en el Sistema B.

El crecimiento del movimiento de las empresas B permite inferir que de forma creciente el ecosistema empresarial se robustece, donde la sostenibilidad es más un compromiso y no una opción (Kim et al., 2016; Liute & De Giacomo, 2021). Se observa que, como todo proceso de certificación, implica acciones de mejora continua que, en muchas de las ocasiones, las empresas desconocen la forma de solventarlo (Grimes et al., 2018; Kim et al., 2016; Soria-Barreto et al., 2021). En este sentido, en el apartado siguiente se detalla una propuesta de acompañamiento para las empresas sociales mexicanas que tengan el interés por comenzar a realizar acciones hacia un nuevo nivel de competitividad y productividad para el desarrollo económico sostenible, sin que los costos de certificación y recertificación desestabilicen o terminen con la empresa.

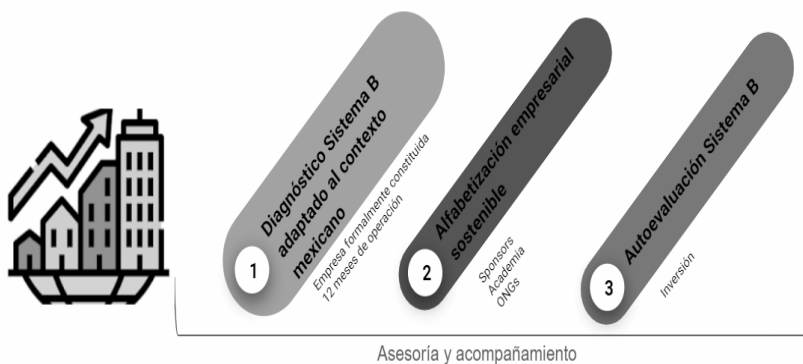
Propuesta

Las empresas sociales en México tienen la oportunidad de convertirse en Empresas B, pero enfrentan tanto oportunidades como desafíos en este proceso. La adopción del Sistema B en México está en crecimiento, impulsada por el interés en modelos de negocio que integren la sostenibilidad social y ambiental con la rentabilidad económica. No obstante, este proceso conlleva

superar diversas barreras, como las normativas legales, la falta de conocimiento sobre el Sistema B, y la necesidad de adaptar las prácticas empresariales a los altos estándares exigidos por la certificación.

Con el objetivo de fortalecer a las empresas mexicanas y guiarlas hacia la excelencia como empresas que benefician al mundo, se propone un diagrama que permita que las empresas sociales inicien pequeñas iniciativas sostenibles. Estas iniciativas les permitirán comenzar un proceso de mejora continua de manera alineada y estructurada, sentando las bases para una posible certificación y, de este modo, mejorar sus oportunidades de crecimiento (Figura 1).

Figura 1. Propuesta para la creación de empresas sociales mexicanas



Fuente: elaboración propia

Con base en la propuesta, es importante adaptar el Sistema B al contexto local con un instrumento que permita a los emprendedores mexicanos identificar sus impactos sociales y ambientales en cada dimensión. Esto ayudará a enfocar sus esfuerzos en los objetivos de la organización. Se sugiere implementar un sistema de acompañamiento que facilite a las empresas el camino hacia la mejora continua, garantizando motivación, claridad, objetividad y transparencia en el proceso.

Esto se enfoca en la alfabetización empresarial, un aspecto fundamental para el crecimiento y desarrollo de cualquier actor económico, puesto que

este representa la posesión de conocimientos y habilidades financieras adecuadas para ser administrados adecuadamente por la dirección de la organización, siendo importante a nivel personal como empresarial (Babajide et al., 2021; Gedvilaite et al., 2022).

En este sentido, la alfabetización financiera permite procesar mejor la información económica y tomar decisiones financieras más adecuadas en condiciones de incertidumbre y complejidad de los mercados. Además, mejora la preparación y capacidad de la población emprendedora para adaptarse a nuevas circunstancias, contribuyendo al crecimiento económico sostenido mediante el fomento de la innovación (García-Mata, 2021; Orozco-Orozco et al., 2024).

A partir de lo anterior, se propone que desde la academia se genere una comunidad que incluya un laboratorio de Emprendimiento Social. Este laboratorio apoyará a las pequeñas y medianas empresas en su fortalecimiento en áreas estratégicas, financieras y de modelo de negocio. La propuesta busca satisfacer la necesidad de asesoría y acompañamiento para la implementación de las recomendaciones derivadas del diagnóstico, con un plazo de menos de 90 días durante el proceso de certificación, así como para la recertificación en el segundo año.

Esto se traducirá en un proceso continuo de mejora y conservación de las buenas prácticas a lo largo del tiempo. En este contexto, se promoverá y desarrollará un movimiento dentro de la Comunidad Empresarial hacia el Sistema B, ofreciendo apoyo a las empresas en proceso de evaluación mediante talleres, eventos, jornadas y alianzas con otras entidades y programas de interacción con la ciudadanía.

Conclusiones

Los compromisos globales establecidos en la Agenda 2030 de la ONU nos llevan a entender que tanto individuos como organizaciones deben emprender un proceso urgente de cambio cultural. Es imperativo que las empresas respondan al desgaste social y ambiental causado por la actividad humana. Esto implica tomar en serio la inversión en recursos económicos y tiempo

para capacitar al talento humano, con el fin de fomentar la innovación y orientar los procesos estratégicos de las empresas hacia una preocupación no solo financiera, sino también por los impactos sociales y ambientales de la organización.

Esto debería impulsar cambios en las inversiones a corto plazo y en la rentabilidad a largo plazo, temas que a menudo generan debate sobre los compromisos reales que las empresas tienen con su entorno. Por ello, la academia debe intervenir de manera significativa en los actores sociales y económicos de un territorio para crear sinergias que desarrollen capacidades dinámicas locales. Así, se podrá construir una alfabetización empresarial sostenible que permita al sector empresarial adaptarse a las exigencias globales, asegurando que las generaciones futuras reciban los recursos necesarios para su desarrollo.

Referencias bibliográficas

- Alberto, J., & Vásquez Bernal, J. (2020). Factores de éxito del emprendimiento social en la región central de Colombia (p. 363). En *Economía, Gestión y organizaciones. Una visión Multidisciplinaria*. Editorial: Talleres Lito-Grapo.
- Andrade, J. E. O., Crespo, J. D. O., Valarezo, F. R., & Vázquez, J. O. Q. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 175-193.
- Arias-Soto, M. P., Anguiano-Amador, J. D., & Méndez-Cano, J. (2024). Envejecimiento en México: Desafíos actuales y futuros para el alcance de los ODS desde la perspectiva de trabajo social. *Revista Acanitis Redes Temáticas en Trabajo Social*, 3(4). <https://doi.org/10.62621/acanits-redes-t-ts.v3i4.43>
- Arroyo-Morocho, F. R. (2018). La economía circular como factor de desarrollo sustentable del sector productivo. *INNOVA Research Journal*, 3(12), Article 12. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n12.2018.786>

- Attanasio, G., Preghenella, N., De Toni, A. F., & Battistella, C. (2022). Stakeholder engagement in business models for sustainability: The stakeholder value flow model for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 860-874. <https://doi.org/10.1002/bse.2922>
- Babajide, A., Osabuohien, E., Tunji-Olayeni, P., Falola, H., Amodu, L., Oloko-
yo, F., Adegboye, F., & Ehikioya, B. (2021). Financial literacy, financial capabilities, and sustainable business model practice among small business owners in Nigeria. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1962663>
- Baltazar-Domínguez, D. A., & Caldera-González, D. del C. (2016). *La sustentabilidad y el desarrollo local en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas como detonantes para su competitividad*.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: Evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1097-1115. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0441-z>
- Bellostas, A. J., López-Arceiz, F. J., & Mateos, L. (2016). Social Value and Economic Value in Social Enterprises: Value Creation Model of Spanish Sheltered Workshops. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27(1), 367-391. <https://doi.org/10.1007/s11266-015-9554-6>
- Caldwell, N. D., Roehrich, J. K., & George, G. (2017). Social Value Creation and Relational Coordination in Public-Private Collaborations. *Journal of Management Studies*, 54(6), 906-928. <https://doi.org/10.1111/joms.12268>
- Carvajal-Muñoz, M. R. (2021). Las empresas sociales implicadas en la formación para desempleados. El difícil reto de la Innovación Social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 102, 61-95. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.102.16537>
- Cavalcanti, M. F. R. (2021). Social entrepreneurship and social change: A practice-based study in non-governmental organizations. *RAUSP*

Management Journal, 56(2), 170-185. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-05-2020-0091>

CNADS. (2024). *Lineamientos de operación de los comités del Consejo Nacional de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible | Agenda 2030 | Gobierno* | [gob.mx.https://www.gob.mx/agenda2030/documentos/lineamientos-de-operacion-del-consejo-nacional-de-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible-320254](https://www.gob.mx/agenda2030/documentos/lineamientos-de-operacion-del-consejo-nacional-de-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible-320254)

Córdoba, M. R., & Candón-Mena, J. (2020). Greenwashing, marketing ecologista y marketing ecológico: El caso de Mattel y Asia Pulp & Paper. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 3(13), Article 13. <https://doi.org/10.15304/ricd.3.13.7265>

Correa, M. E. (2019). *Sistema B y las Empresas B en América Latina: Un movimiento social que cambia el sentido del éxito empresarial* (1.a ed.). CAF.

Dees, J. G. (2001). *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*. <https://entrepreneurship.duke.edu/news-item/the-meaning-of-social-entrepreneurship/>

Facal-Santiago, S. (2024). El consumo responsable reflejado en los ODS 2030 y en el accionar de las empresas B en Uruguay durante la COVID19. *Responsibility and Sustainability*, 9(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.10775784>

Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C., & Lopes, J. (2020). Social innovation and social entrepreneurship: Discovering origins, exploring current and future trends. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 77-96. <https://doi.org/10.1007/s12208-020-00243-6>

Félix-González, M., Husted, B., & Aigner, D. (2017). Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. *Journal of Business Research*, 81, 212-220. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.032>

- Fernández-Mateo, J. (2020). La Agenda 2030: Igualdad de género, anticorrupción y los retos de la digitalización. *Ética y gestión de la sostenibilidad para la nueva década: cumplimiento de la Agenda 2030 y consecuencias de la crisis sanitaria: memoria académica, curso 2019-2020*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8243729>
- Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., & Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120230. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120230>
- García-Alonso, R., Thoene, U., Figueroa, A. M., & Murillo Amaris, E. (2020). El Emprendimiento Social en el marco de la Alianza del Pacífico. REVES-CO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 133. <https://doi.org/10.5209/reve.67341>
- García-Mata, O. (2021). A regional approach to financial literacy in Mexico. *Economía, Sociedad y Territorio*, 21(65), 147-177. <https://doi.org/10.22136/est20211641>
- Gedvilaite, D., Gudaitis, T., Lapinskiene, G., Brazaitis, J., Žižys, J., & Podviezko, A. (2022). Sustainability Literacy and Financial Literacy of Young People in the Baltic States. *Sustainability*, 14(21). <https://doi.org/10.3390/su142114013>
- González-Díaz, R. R., & Becerra-Pérez, L. A. (2021). PYMES en América Latina: Clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.100>
- Grimes, M., Gehman, J., & Cao, K. (2018). Positively Deviant: Identity Work through B Corporation Certification. *Journal of Business Venturing*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.12.001>
- Han, S.-I., Chung, M.-K., & Park, M. (2014). Local stakeholder involvement and social innovation in Korean co-operatives: The cases of Wonju and Ansong cities. *Community Development Journal*, 49(2), 327-343. <https://doi.org/10.1093/cdj/bst040>

- Hlady-Rispa, M., & Servantie, V. (2017). Business models impacting social change in violent and poverty-stricken neighbourhoods: A case study in Colombia. *International Small Business Journal*, 35(4), 427-448. <https://doi.org/10.1177/0266242615622674>
- Honeyman, R. (2014). *The B Corp Handbook: How to Use Business as a Force for Good*. Berrett-Koehler Publishers.
- Honeyman, R., & Giadorou-Koch, L. (2015). Why B Corps Have Great Employee Engagement. Huffington Post.
- Inter-American Development Bank. (2016). *Study-of-Social-Entrepreneurship-and-Innovation-Ecosystems-in-the-Latin-American-Pacific-Alliance-Countries-Regional-Analysis-Chile-Colombia-Costa-Rica-Mexico-Peru.pdf* (pp. 1-14). Fundación Ecología y Desarrollo.
- Jiménez-Barandalla, I. C., Calderón, M. L., & Pimenta, A. (2021). B Corp como solución innovadora para alcanzar los ODS de manera integrada. El caso Farmidable. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 4. <https://doi.org/10.33776/riesise.v4i1.5163>
- Kim, S., Karlesky, M. J., Myers, C. G., & Schifeling, T. (2016). Why Companies Are Becoming B Corporations. *Harvard Business Review*.
- Leckel, A., Veilleux, S., & Dana, L. P. (2020). Local Open Innovation: A means for public policy to increase collaboration for innovation in SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 153, 119891. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119891>
- Liute, A., & De Giacomo, M. R. (2021). The environmental performance of UK - based B Corp companies: An analysis based on the triple bottom line approach. *Business Strategy and the Environment*, 31(3), 810-827. <https://doi.org/10.1002/bse.2919>
- Macías, M. M., & Macías, S. L. (2018). Emprendimientos sociales: Turismo en la costa ecuatoriana. *RAN: Revista Academia & Negocios*, 1(4), 81-92.

- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Maldonado-Guzmán, G., García-Ramírez, R., Mata-Zamores, S., & Castillo-Esparza, M. M. (2021). Innovación abierta, crecimiento y rendimiento en la PYME de la industria automotriz de México. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(1), 85-99.
- Moallemi, E. A., Malekpour, S., Hadjidakou, M., Raven, R., Szetey, K., Moghadam, M. M., Bandari, R., Lester, R., & Bryan, B. A. (2019). Local Agenda 2030 for sustainable development. *The Lancet Planetary Health*, 3(6), e240-e241. [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(19\)30087-7](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(19)30087-7)
- Moore, H. L. (2015). Global Prosperity and Sustainable Development Goals. *Journal of International Development*, 27(6), 801-815. <https://doi.org/10.1002/jid.3114>
- Navarro-Cejas, M. C., Cangas Oña, L. X., Ayala Ayala, L. R., Navarro Cejas, M. C., Cangas Oña, L. X., & Ayala Ayala, L. R. (2021). La influencia de los Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) en la igualdad de género para las mujeres y las niñas. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(3). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2715>
- Orozco-Orozco, K. M., García-Mata, O., & Arango-Herrera, E. (2024). Financial Literacy and Financial Well-Being Among Businesspersons from Victoria, Tamaulipas, Mexico. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas (REMEF): Nueva Época*, 19(1), 8.
- Pineda, D. M. M. (2016). Startup y Spinoff: Definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. *Contexto*, 5, 141-152. <https://doi.org/10.18634/ctxj.5v.Oi.657>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism—And Unleash a Wave of Innovation and Growth. En G. G. Lenssen & N. C. Smith (Eds.), *Managing Sustainable Business* (pp. 323-346). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1144-7_16

- Rubalcava de León, C. A., & Zerón-Félix, M. (2020). La empresa social: Contexto mexicano. *CIENCIA ergo-sum*, 27(3). <https://doi.org/10.30878/ces.v27n3a3>
- Saiz-Álvarez, J. M. (2018). Turismo Sostenible y Emprendimiento Social. El Pueblo Mágico de Tequila, México. *Retos*, 8(15), 51-67. <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.04>
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., Contreras, F., Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Contreras, F. (2021). Empresas B en Latinoamérica: Un estudio exploratorio sobre compromiso laboral. *Información tecnológica*, 32(3), 113-120. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642021000300113>
- Stubbs, W. (2017). Characterising B Corps as a sustainable business model: An exploratory study of B Corps in Australia. *Journal of Cleaner Production*, 144, 299-312. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.093>
- Trejo-Nieto, A. (2017). Economic Growth and Industrialization on the 2030 Agenda: Prospects for Mexico. *Problemas Del Desarrollo*, 48(188), 83-112.
- Vargas-Sáenz, M. E., & Escudero, C. (2021). Financiamiento para investigaciones en innovación social de la academia latinoamericana: Retos y desafíos | *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(3), 747-762.
- Wulleman, M., & Hudon, M. (2016). Models of Social Entrepreneurship: Empirical Evidence from Mexico. *Journal of Social Entrepreneurship*, 7(2), 162-188. <https://doi.org/10.1080/19420676.2015.1057207>

Emprendimiento basado en datos: la inteligencia artificial como catalizador de la formación emprendedora social

Citlalli Rocío Flores Rodríguez¹, Alejandro Campos Sánchez², Sergio Roberto Dávalos García³

Resumen

El presente trabajo de investigación presenta un modelo estadístico que permite medir la influencia que tiene el uso e implementación de herramientas de inteligencia artificial (IA), en el desarrollo de habilidades directivas que facilitan y fortalecen la formación emprendedora social de estudiantes universitarios de Ciencias Económico Administrativas en la Universidad de Guadalajara. Con una muestra de 610 estudiantes universitarios y mediante el diseño de un modelo de regresiones lineales, se comprueban las hipótesis que establecen una relación positiva y significativa entre el desarrollo de habilidades directivas implementando herramientas de IA, y la formación emprendedora social de los estudiantes. Las habilidades para la toma de decisiones con el uso de IA son las que mejor capacidad predictiva presentan sobre la formación emprendedora social de acuerdo con los resultados del modelo. Con estos resultados, se pone de manifiesto que la implementación de herramientas de IA en la formación de habilidades directivas promueve a su vez la formación de emprendedores sociales en las universidades.

Palabras clave: Formación emprendedora social, inteligencia artificial, habilidades directivas

¹ Profesora-investigadora SNII-C. Universidad de Guadalajara. Correo: citlalli.flores@cucea.udg.mx; <https://orcid.org/0000-0001-7011-0860>

² Profesor-investigador SNI-1. Universidad de Guadalajara. Correo: a.campos@cucea.udg.mx; <https://orcid.org/0000-0001-8768-3104>

³ Profesor-docente. Universidad de Guadalajara. Correo: sergio@cucea.udg.mx; <https://orcid.org/0000-0003-2528-9165>

Data-driven entrepreneurship: artificial intelligence as a catalyst for social entrepreneurial training

Abstract

The present research work presents a statistical model that allows measuring the influence of the use and implementation of artificial intelligence (AI) tools on the development of management skills that facilitate and strengthen the social entrepreneurial training of university students of Economic Sciences. Administrative at the University of Guadalajara. With a sample of 610 university students and by designing a linear regression model, the hypotheses that establish a positive and significant relationship between the development of management skills by implementing AI tools and the social entrepreneurial training of students are tested. Decision-making skills with the use of AI are those with the best predictive capacity on social entrepreneurial training according to the results of the model. With these results, the implementation of AI tools in the training of management skills, in turn promotes the training of social entrepreneurs in universities.

Keywords: Social entrepreneurship training, artificial intelligence, management skills.

Introducción

La Inteligencia artificial (IA) refiere al conjunto de asistentes y plataformas de consulta que sirven para realizar cierto tipo de actividades, dicho de otra forma «la habilidad de los ordenadores para hacer actividades que normalmente requieren inteligencia humana» (Rouhiainen, 2018). Por otra parte, para algunos autores como Proaño (2014) la formación emprendedora nace en los Estados Unidos, alrededor de los años setenta, dada las fuertes recesiones, y la obligatoriedad de reposicionar al negocio propio como fuente alternativa de empleo. Algunos ejemplos de este momento entre em-

prendimiento e innovación son Bill Gates (Microsoft), Steven Jobs (Apple Computer), Sam Walton (WalMart) y Artur Blank (Home Depot).

En México la formación emprendedora se ve ligeramente impulsada por instituciones gubernamentales y centros de innovación pero aún con todos los esfuerzos el índice de fracaso de los micro y pequeños emprendimientos sigue siendo en medias muy elevadas, por ello el uso de la IA puede favorecer en la reducción de esa incertidumbre al favorecer la mejor información al momento de la toma de decisiones, pero de igual manera en el proceso de enseñanza aprendizaje de las ciencias administrativas y económicas.

Aunado a esto, autores como Campos-Sánchez y Marúm-Espinoza (2023) profundizan en la importancia y buenas prácticas en la formación universitaria de emprendedores sociales, demostrando que, en diferentes países, la tendencia a realizar investigación e implementar iniciativas que promueven el emprendimiento con impacto social sigue creciendo, dando cuenta de su importancia como eje sustantivo en la educación superior.

Cuando ligamos el uso de la IA y la formación emprendedora en estudiantes universitarios, encontramos autores como Bolaño-García y Duarte-Acosta (2024), quienes en una revisión sistemática del uso de la Inteligencia Artificial en la educación médica analiza a un grupo de estudiantes de medicina, encontraron números que sugieren resultados donde la IA puede mejorar significativamente la personalización del aprendizaje, proporcionando sugerencias ante actividades y retroalimentación adaptadas a sus necesidades particulares. Sin embargo, no se ven resultados en el proceso de aprendizaje o no se localizan estudios al respecto con relación a la retención o al aprendizaje significativo aún.

Por su parte Mcmurtrie (2018), al estudiar el rendimiento y efectividad de la IA en la educación, muestra sus estudios realizados en la Universidad de Texas A&M en donde con el uso de herramientas de IA se logra evidenciar una mejora en el análisis del rendimiento individual de los estudiantes, en tareas como: identificar patrones de aprendizaje o proporcionar retroalimentación personalizada a los alumnos, lo que mejora la eficacia del proceso educativo; sin embargo, la integración de herramientas de IA deberá acompañarse con la mejora pedagógica y la mejora en la gestión de clases, por parte del profesorado y de las instituciones.

Sin duda, el uso de IA favorece la automatización de tareas administrativas y favorece que los educadores se centren en la interacción y el apoyo directo a los estudiantes pero existen cuestiones pedagógicas subyacentes en la eficiencia del entorno educativo entre ellas al proporcionar a los docentes herramientas poderosas para personalizar la educación y mejorar el compromiso del estudiante, pero aun así el compromiso de adaptación y mejora pedagógica queda fuera del alcance de la propia IA y depende de decisiones académicas, pedagógicas e institucionales. Por lo tanto, es difícil comparar la efectividad que puede tener el uso de IA al tener mucho impacto el estilo de docencia del profesor, pero de acuerdo con este estudio, la implementación de la IA podría ser útil mediante una combinación de metodologías de enseñanza activa.

Dentro de las herramientas más populares de IA entendiendo algunos asistentes y plataformas figuran: open IA con su chat GPT y Dalle -2. Por su parte IBM con Watson avanzan, Jarvis, Bard de Google, Alexa, Bixby, entre otros. Muchos usamos en el día a día a los asistentes personales de IA: Asistente de Google, Siri, Bixby, Alexa, Gasby IA, Lindy.ai, loro IA, León IA, Sabueso, Robot de datos. Sin embargo, estos asistentes a la fecha no llegan a sustituir el origen de la búsqueda, es decir, no aportan soluciones integrales de consulta sino un avance parcial que el sujeto debe estructurar e integrar de tal manera que le sea útil. En la educación tradicional debido a la profesionalización, experiencia, interacción, aprendizaje y uso de estudio de casos, entre otros. La utilidad se verá directamente afectada por la pertinencia o asertividad de la búsqueda.

Sin embargo, la llegada de la IA a la cotidianidad de la vida, no se limita exclusivamente al uso lúdico o educativo de las herramientas, por el contrario, desde la óptica de la docencia universitaria más progresista, la inclusión de herramientas de IA puede ayudar a generar mayores y mejores aprendizajes, tanto en lo referente a habilidades dura o blandas.

En este sentido, Freire (2023) se adentra en el estudio del papel de apoyo que las herramientas de IA pueden tener en el desarrollo de algunas habilidades directivas, asociadas de manera positiva con la actividad emprendedora de estudiantes universitarios. Dicho en otras palabras, entender el que ellos perciban una utilidad de dichas herramientas es vital para el avance hacia la confianza en el uso recurrente de las mismas en la labor emprendedora.

Cuando hablamos de habilidades de liderazgo dentro y fuera de las organizaciones Arocutipa et al. (2021) menciona que, en tiempos de 4ta revolución industrial, las organizaciones y empresas se encuentran cada vez más en la necesidad de asumir efectivamente estas nuevas tecnologías para garantizar su competitividad en el mercado, las universidades deben apegarse a estas necesidades en la creación de líderes con perfil de dominio de las TI y de la IA para la adaptación e integración de equipos de trabajo eficientes.

Por su parte, Perdomo (2023) hace referencia en el sentido del liderazgo organizacional que en esta nueva era a partir de la tercera revolución científico tecnológica, y sustancialmente de la cuarta revolución o mejor conocida como la industria 4.0 (Perasso, 2016), se evidencia una necesidad en la integración de tecnologías digitales con los procesos de producción y fabricación, y con ello la necesidad de crear un nuevo estilo de liderazgo disruptivo adaptativo a las tecnologías aplicadas, pero también más consciente y empático; un estilo de liderazgo adaptativo, necesario en los proyectos con impacto y filosofía de orientación social. Algunas áreas de uso en el desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas a la formación emprendedora social, puede proporcionar realimentación personalizada a los líderes sobre su estilo de liderazgo, identificar áreas de mejora y ofrecer recomendaciones para el desarrollo profesional (Sierra, 2023).

Un elemento que se identifica relevante dentro de las evidencias de la presente investigación es referente a la gestión efectiva de la información. Para ello, Arias-Navarrete et al. (2020) hacen particular énfasis en que una de las grandes ventajas del uso de la IA aplicada a entornos educativos es la facilidad en la medición de elementos indicativos de los propios sistemas a través del uso de bases de datos, patrones y algoritmos, para detección y medición de la efectividad de la educación apoyada con recursos de la IA. Ejemplo de ello, es el uso de chatbots, LMS, bases de datos interconectadas.

Cuando se habla de emprendimiento social, la problematización es una de las etapas más complicadas de desarrollar, ya que, en la búsqueda de demostrar la existencia fundamentada de un problema social, la indagación, extracción, uso e interpretación de los datos es fundamental. Es así, como el acceso y dominio de herramientas de IA, permite a los emprendedores sociales dar soluciones a la sociedad, contribuyendo así a la Economía Social y Solidaria.

Por su parte, Berrío (2021) destaca para el tema de la relación entre la educación emprendedora y la IA la parte conectada a la evolución del uso de IA en la gestión y desarrollo del talento humano, concluye que la implementación de las tecnologías y sistemas de la IA en la administración de este recurso en las empresas aporta significativamente elementos hacia la potencialización de las habilidades de los trabajadores, así mismo en la competitividad de las organizaciones, pero además, facilita la optimización de operaciones y procesos, en un tenor de calidad, mejora continua y aumento de la rentabilidad.

En el argot del tema de IA aplicada en la educación, y al desarrollo de la habilidades de liderazgo, vinculado a la resolución de problemas sociales y de mercado, se considera que la IA favorece el tipo aprendizaje por refuerzo, es decir, un aprendizaje mejorado a través de la IA, ya que considera a las herramientas y asistentes como modelos que representan el conocimiento verídico; tal elemento, puede entenderse como un detonador de mejoras tanto en su proceso personal de aprendizaje dada la confianza del alumno en ésta nueva tecnología así como hacia las nuevas conexiones de su uso con la resolución de problemas a nivel empresarial (Freire, 2023; Vázquez et al., 2022).

Ahondando en este sentido, la IA está transformando la forma en que los líderes se relacionan con sus equipos de trabajo y clientes, pues la automatización de tareas repetitivas les permite enfocarse en tareas de mayor valor, como la creatividad, la resolución de problemas y la toma de decisiones estratégicas. El líder no puede ser sustituido por la IA en aquellas decisiones que requieren una visión más allá de lo que se puede obtener a través del análisis exhaustivo de los datos, pues la motivación que lo guía y motiva a generar un impacto positivo en la comunidad, no lo posee la máquina; sin embargo, si puede ser ayudado por el procesamiento de enormes cantidades de datos, dando a este líder o emprendedor la sensación de menor riesgo y mayor compromiso con sus causas.

Ratificando el gran impacto y alcance de la IA en la toma de decisiones del emprendedor social, y de acuerdo a Chen (2020), las herramientas de inteligencia artificial han demostrado tener un impacto alto en la toma de decisiones de los emprendedores al proporcionar análisis de datos precisos sobre los problemas sociales y predicciones de tendencias de mercado más

cercanas y veraces que otros recursos de consulta usados por el emprendedor tales como: profesores, colegas, amigos, parientes y conocidos.

Por tal motivo, se mejoran y reducen los tiempos de consulta en lo que antes se hacía con múltiples fuentes del emprendedor y, por otro lado, se reconoce que el uso de herramientas de IA en los procesos de toma de decisiones empresariales ha llevado a un desarrollo y agilidad notable de habilidades de toma de decisiones, ya que los emprendedores se ven obligados a entender y utilizar la información generada por algoritmos complejos en vez de gastar energías buscando la propia información. Esto predice que a más información la habilidad para distinguir lo que realmente necesita deberá ser más precisa.

De esta forma, el objetivo primordial de este trabajo es identificar y medir, desde la percepción de los estudiantes universitarios de ciencias económico-administrativas, cómo influye el uso de herramientas de IA para el desarrollo de habilidades directivas, en su formación emprendedora social que contribuya a la generación de una Economía Social y Solidaria.

Marco teórico e hipótesis

Emprendimiento basado en datos

De acuerdo con Blacksmith y McCusker (2023), el uso de datos en el emprendimiento sobre todo en áreas de toma de decisiones se apoya en los algoritmos de generación de información de IA para abrir paso a la toma de decisiones basada en datos sobre todo su estudio se centra en startups, así mismo en la evaluación del capital humano y el desarrollo profesional en entornos emprendedores.

Por su parte, Katz (2024) habla de la toma de decisiones, en el área de inversiones ángel y otros contextos de evaluación del desempeño de startups, integrando buenas prácticas basadas en datos. Por su parte, Mattingly et al. (2024) investigan cómo los datos pueden usarse para construir startups más diversas, equitativas e inclusivas, destacando la importancia de la diversidad en la innovación y el éxito empresarial.

Por último, nuevas propuestas de aprovechamiento tecnológico, mejoran la toma de decisiones de los emprendedores y estudiantes de negocios usando la ciencia basada en datos proporcionados por IA, como es mencionado por Provost y Fawcett (2013) en donde a través de un análisis se exploran las formas de intersección dadas por la confianza de los jóvenes emprendedores en el uso de big data, ciencia de datos y cómo ésta mejora o modifica la toma de decisiones empresariales, recordemos que la IA mejora la velocidad y la capacidad de analizar y aprovechar grandes volúmenes de datos sumado a la confianza que los jóvenes han depositado en ella se puede transformar la manera en que las organizaciones toman decisiones, así mismo, se deben desarrollar competencias en ciencia de datos y enfrentarse a los desafíos asociados con la calidad en el filtrado y gestión de datos de la IA para maximizar los alcances e impactos de beneficio social.

Formación emprendedora

De acuerdo con Cuenca et al. (2020) “La formación emprendedora busca potenciar el emprendimiento a través de la implementación de técnicas basadas en el conocimiento”, la falta de formación en la mayoría de emprendedores ha repercutido negativamente en la sostenibilidad de los emprendimientos, así mismo, se menciona que la formación emprendedora no se trata sólo de enseñar a crear un negocio, sino de enfocar al sujeto hacia desarrollar sus habilidades creativas, motivacionales, habilidad de toma de decisiones, autoevaluación entre otras. En general, Cuenca et al. (2020) afirman que el círculo virtuoso del emprendimiento involucra la formación y la preparación basada en el desarrollo de las habilidades

Dehter (2009) mencionaba desde hace más de una década atrás, que la formación emprendedora no sólo consistía en enseñar a crear o dirigir un negocio, sino en fomentar el pensamiento resolutivo, el sentido de autorrealización personal y desarrollar el hábito de la autoevaluación continua. También afirmaba que la formación emprendedora se apega a la currícula basada en el desarrollo de competencias, y se centra en el desarrollo de valores, actitudes, habilidades y conocimientos.

Por lo tanto se puede asumir que el desarrollo de competencias y habilidades son básicos como elementos que concuerdan en la mayoría de las premisas de formación emprendedora y empatando esto con una realidad actual expuesta a soluciones prácticas, ágiles provistas por los instrumentos provistos de IA se volverá esencial el uso de la herramienta técnica a favor de resolver la agilidad en la toma de decisiones, o en la organización de equipos de trabajo, en la velocidad y asertividad de la comunicación entre otros. En este sentido y por lo mencionado, se plantea la hipótesis general de esta investigación como sigue:

HG. El uso de herramientas de IA para el desarrollo de habilidades impacta positivamente en la formación emprendedora de los estudiantes universitarios.

Formación emprendedora e inteligencia artificial

El uso y aplicación de la IA en los procesos formativos, puede detonar y catapultar el desarrollo de habilidades cognitivas en diferentes etapas de la educación orientada al emprendimiento con impacto social; conocimientos, habilidades y aptitudes relacionadas con temas como la gestión efectiva de la información, la toma de decisiones, la resolución de problemas sociales y de mercado, así como las habilidades de liderazgo, son algunas de las temáticas más importantes en el proceso emprendedor y que se verían fortalecidas con el uso de las herramientas de IA en los procesos educativos.

La gestión efectiva de la información refiere a la capacidad de un estudiante de negocios para analizar y comprender los datos obtenidos a través de la IA. Esto incluye habilidades como la visualización de datos, el aprendizaje automático y el análisis estadístico (Chai et al., 2019). De esta forma se plantea la hipótesis específica 1 de este trabajo, como sigue:

H1. El uso de herramientas de IA para la gestión efectiva de la información impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios

Por otro lado, se reconoce que los estudiantes de negocios deben ser capaces de tomar decisiones informadas basadas en los resultados obtenidos a través de la IA. Esto exige una comprensión profunda de las limitaciones de la IA y la capacidad de anticipar los resultados (Khan & Dhanraj, 2020). También se identifica la necesidad de poder discernir el origen de las variables de la información, anticipando los posibles impactos y áreas de oportunidad en el uso de la IA en proyectos de impacto social; lo anterior, da lugar al planteamiento de la hipótesis específica 2, como sigue:

H2. El uso de herramientas de IA para la toma de decisiones impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios

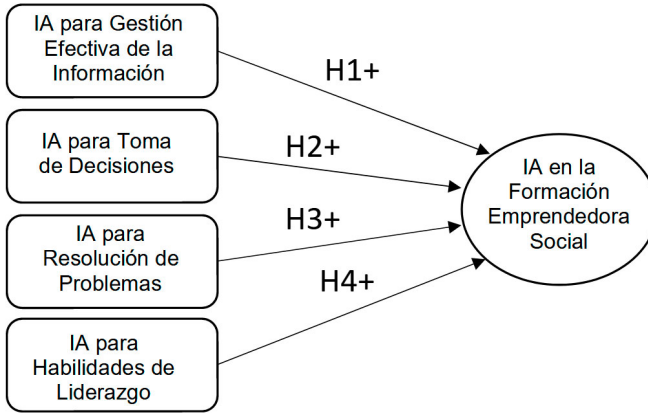
De igual forma, un estudiante y futuro emprendedor debe tener una comprensión avanzada de la lógica de los problemas sociales, y un conocimiento al menos básico de técnicas para la resolución de estos mediante el uso intensivo de las tecnologías a su alcance (Kharrufa & Winters, 2017). La ayuda de la IA es una poderosa herramienta en la optimización de tiempos para la comprensión y resolución de problemas de formas innovadoras, creativas y eficientes.

H3. El uso de herramientas de IA para la resolución de problemas impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios.

Por último, se considera el liderazgo colaborativo como una de las cualidades principales para lograr el éxito de proyectos emprendedores, tanto de tipo tradicional como social. Con relación a esto, se considera que el uso de herramientas de IA permite conocer e implementar nuevas formas y técnicas de trabajo colaborativo, lo que fortalece los estilos de liderazgo y los orienta hacia una gestión eficiente del talento humano.

H4. El uso de herramientas de IA para el liderazgo impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios.

Figura 1. Modelo teórico de la investigación



Metodología

Los resultados de este trabajo se derivan de la implementación de una metodología de enfoque cuantitativo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), puesto que establece la relación causal entre las distintas variables de estudio (dependiente e independientes). El alcance de la investigación es correlacional y explicativo, y las técnicas utilizadas para el tratamiento de los datos, incluyen el diseño de un instrumento en escala de Likert, la factorización mediante análisis factorial exploratorio, el cálculo de indicadores de fiabilidad y ajuste como las pruebas de adecuación muestral usando el indicador Kaiser, Meyer, Olkin (KMO), la comprobación de la fiabilidad de las escalas mediante el cálculo del Alfa de Cronbach, y la prueba de hipótesis mediante un modelo de regresiones lineales.

El instrumento se diseñó tomando como base la literatura, y creando ítems en forma de escenario, en los que se presentan supuestos que testan la percepción de las y los estudiantes sobre el uso de herramientas de IA para el desarrollo de habilidades directivas y cómo estas se relacionan con la formación emprendedora. De esta manera, la escala de valoración de 1 a 5, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo, nos permite conocer la percepción de la comunidad universitarias sobre el fenómeno.

Para el diseño de la muestra se toma como universo la población estudiantil del Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Guadalajara que, a la fecha de conclusión del presente estudio, asciende a la cantidad de 21,614 estudiantes en el nivel pregrado. Tomando en cuenta el tamaño del universo, se procede a realizar el cálculo de una muestra representativa para poblaciones finitas, aplicando la fórmula correspondiente como se muestra a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

Donde:

Z= nivel de confianza

p= porcentaje de la población que tiende al fenómeno

q= porcentaje de la población que no tiende al fenómeno

N= tamaño del universo

e= error de estimación aceptado

n= tamaño de la muestra

Para un universo poblacional conocido de 21,614 estudiantes universitarios del área disciplinar de las ciencias económico-administrativas de la Universidad de Guadalajara, y para lograr un nivel de confianza de 95 % con un margen de error de +-4 %, la muestra representativa es de 584 experimentos válidos. Para este trabajo se logró obtener la cantidad de 610 respuestas válidas por parte de estudiantes de nivel pregrado en el Centro Universitario, lo que se considera suficiente para los rangos de confianza, establecidos. Una vez recogidos los datos, se procedió al desarrollo de las operaciones estadísticas para la obtención de los resultados.

Resultados

Una vez realizado el análisis factorial exploratorio, se observa que el indicador KMO presenta un valor de .912 y con valor significativo <.001, lo cual

incida que la adecuación muestral del experimento es adecuada (tabla 1). De igual forma el resultado muestra que los ítems correspondientes a cada una de las variables independientes se agrupan de manera correcta como se muestra en la tabla 2.

Tabla 1. KMO y prueba de esfericidad de Bartlett

Adecuación muestral y prueba de esfericidad	
Medida de adecuación muestral de Kaiser, Meyer , Olkin	.912
Prueba de esfericidad de Bartlett Chi2 aprox.	4365.225
gl (grados libertad)	120
sig.	.000

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Matriz de componentes rotados

	Componente			
	1	2	3	4
1 HTD Considero que la IA me ayudará a tomar mejores decisiones cuando se trata de asuntos de empresas con impacto social.			.786	
2 HTD Considero que la IA me ayuda a seleccionar mejor información para tomar decisiones			.823	
3 HTD Considero que la IA me puede ayudar a analizar datos para tomar mejores decisiones			.826	
4 HTD El uso de IA incrementa mi capacidad de tomar mejores decisiones en menor tiempo			.782	
1 HL Creo que el acceso a información a través de IA me ayuda a comprender mejor mis emociones y las de los demás (empatía)				.728
2 HL El uso de inteligencia artificial me da herramientas para relacionarme mejor con otras personas				.799
3 HL El uso de herramientas de Inteligencia Artificial me ha ayudado a mejorar mi habilidad de coordinar equipos				.713
4 HL He aprendido habilidades de liderazgo colaborativo a través del uso de herramientas de Inteligencia Artificial				.665
1 GEI Estoy convencido que la Gestión Efectiva de la Información (GEI) en estudiantes de negocios se ha mejorado en mi al utilizar herramientas de Inteligencia Artificial (IA).		.753		
2 GEI He mejorado significativamente mi capacidad de seleccionar información al utilizar herramientas de Inteligencia Artificial (IA)		.775		
3 GEI Utilizar herramientas de Inteligencia Artificial (IA) me ha ayudado a mejorar la gestión de información confiable en la web		.798		

4 GEI Creo que mi manejo y uso de información relevante y el conocimiento nuevo adquirido como estudiante se ha visto significativamente mejorada al utilizar herramientas de Inteligencia Artificial (IA).		.781		
1 HRP Comprendo cómo se usan las herramientas de Inteligencia Artificial para resolver problemas sociales y de negocios	.758			
2 HRP Estoy familiarizado con el uso de herramientas de Inteligencia Artificial para resolver problemas sociales y de negocios	.827			
3 HRP Estoy preparado para usar herramientas de Inteligencia Artificial para resolver problemas sociales y de negocios en cualquier momento	.845			
4 HRP Me siento capaz de aplicar herramientas de Inteligencia Artificial para resolver problemas sociales y de negocios	.811			

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.
a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

Posteriormente, se realizó el mismo procedimiento para la factorización de la variable dependiente. Una vez procesado el análisis factorial exploratorio, se observan niveles aceptables de adecuación muestral (KMO) y con valores significativos para la variable (tablas 3 y 4).

Tabla 3. Adecuación muestral variable dependiente

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.878
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1220.804
	gl	10
	Sig.	.000

Tabla 4. Matriz de componentes variable dependiente

Formación emprendedora social	Componente
	1
1 EIAFE Considero que el uso de herramientas de Inteligencia Artificial es útil para mi formación como emprendedor social	.825
2 EIAFE La calidad de la información proporcionada por las herramientas de IA contribuye en mi formación emprendedora social	.858
3 EIAFE La relevancia la información proporcionada por las herramientas de IA, mejoran mi proceso educativo como futuro emprendedor social	.878
4 EIAFE Considero que el uso de herramientas de IA reduce el tiempo para tomar decisiones de negocios y por lo tanto, me prepara para como futuro emprendedor social	.812
5 EIAFE El uso de herramientas de IA me hace sentirme más seguro como futuro emprendedor social	.814

Método de extracción: Análisis de componentes principales.
a. 1 componentes extraídos

Para la comprobación de hipótesis, y una vez creados los factores de las variables independientes y la variable dependiente, se procede a calcular un modelo de regresiones lineales, arrojando los siguientes resultados:

Tabla 5. Resumen del modelo

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error típ. de la estimación
1	.794a	.630	.627	.61066018
Variables predictoras: (Constante) GESTEFECTINFO, HABLIDERAZGO, HABRESOLPROB, HABTOMADECIS				

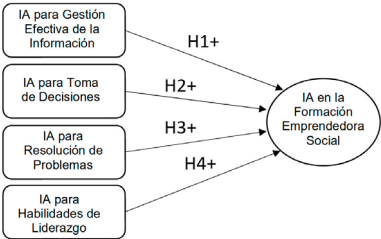
Tabla 6. ANOVA y significancia

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	271.110	4	67.777	181.755	.000b
	Residual	159.231	427	.373		
	Total	430.341	431			
a. Variable dependiente: EFECTIAEMPRED Variables predictoras: (Constante) GESTEFECTINFO, HABLIDERAZGO, HABRESOLPROB, HABTOMADECIS						

Tabla 7. Coeficientes

Modelo B		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
		Error típ.	Beta			
1	(Constante)	-.014	.029		-.492	.623
	HABLIDERAZGO	.282	.029	.283	9.607	.000
	HABRESOLPROB	.182	.029	.183	6.207	.000
	HABTOMADECIS	.681	.029	.681	23.150	.000
	GESTEFECTINFO	.235	.029	.235	7.987	.000
a. Variable dependiente: EFECTIAEMPRED						

Figura 2. Modelo estadístico



.627 IA FromEmp = .235 IAGestInf + .681 IATomaDec + .183 IAResProb + .283 IAHabLid

Discusión y conclusiones

De acuerdo con los resultados del experimento, podemos concluir que la implementación de la IA en la formación de habilidades empresariales servirá como un agente que fortalece la formación emprendedora social de estudiantes Universitarios, es decir, en la medida que las instituciones usen de manera intensiva las herramientas de IA, para la generación de habilidades directivas y gerenciales, los estudiantes percibirán mayor confianza y eficacia en su formación para el emprendimiento con impacto social.

El modelo compuesto por la percepción de los estudiantes acerca de la integración de la IA en el desarrollo de habilidades como el liderazgo, la resolución de problemas, la toma de decisiones y la gestión efectiva de la información, en su conjunto representan un modelo que afecta de manera positiva la formación emprendedora social de los estudiantes.

En este sentido, con un resultado R^2 corregido de .627 significativo a nivel $<.001$, se comprueba la hipótesis general, y se establece que el desarrollo de habilidades directivas mediante la implementación de herramientas de IA tiene una relación positiva y significativa con la formación emprendedora social.

Por su parte, en el análisis más detallado del modelo en cuanto a las variables dependientes, identificamos que la implementación de la IA en la gestión efectiva de la información se relaciona positivamente con la formación emprendedora social, con una carga β de .235 significativa a nivel $<.001$; esto, a su vez, permite la comprobación de la hipótesis 1.

En este estudio, la variable que mayor peso muestra en la ecuación del modelo es la variable implementación de herramientas de IA en la toma de decisiones, con una carga $\beta = .681$, positiva y significativa a nivel $<.001$. En este sentido, se concluye que la toma de decisiones, potenciada mediante el uso de herramientas de IA, permite que los estudiantes universitarios generen una percepción de mayor capacidad de emprender socialmente, al contar con una formación sólida; comprobando así la hipótesis 2.

En lo referente a la variable IA en el desarrollo de la capacidad de resolución de problemas, encontramos una carga β de .183, de igual manera po-

sitiva y significativa a nivel $<.001$. Esta variable, a pesar de ser significativa y positiva, es la que menor capacidad predictiva muestra en el modelo en comparación con las otras tres variables. Lo anterior, nos lleva a la comprobación de la hipótesis 3.

Por último, también se comprueba la hipótesis 4, ya que la variable que refiere a la implementación de la IA en el desarrollo de habilidades de liderazgo presenta una carga β de .283, al igual que las demás, positiva y significativa a nivel $<.001$, lo que da cuenta de la importancia de esta variable en la formación emprendedora social.

A continuación, en la tabla 8 se presentan los resultados de la comprobación de hipótesis:

Tabla 8. Comprobación de hipótesis de estudio

Hipótesis	R2corregido/Carga β	Significancia	Conclusión
HG. El uso de herramientas de IA para el desarrollo de habilidades impacta positivamente en la formación emprendedora de los estudiantes universitarios.	R2= .627	.000	Aceptada
H1. El uso de herramientas de IA para la gestión efectiva de la información impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios.	β = .235	.000	Aceptada
H2. El uso de herramientas de IA para la toma de decisiones impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios.	β = .681	.000	Aceptada
H3. El uso de herramientas de IA para la resolución de problemas impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios.	β = .183	.000	Aceptada
H4. El uso de herramientas de IA para el liderazgo impacta positivamente en la formación emprendedora social de los estudiantes universitarios.	β = .283	.000	Aceptada

Fuente: elaboración propia

Los resultados del experimento muestran que el uso de la IA tiene una afectación positiva en la formación de habilidades emprendedoras sociales como: toma de decisiones, liderazgo, resolución de problemas y gestión efectiva de la información, en esta muestra de estudiantes universitarios de ciencias económico-administrativas.

La formación universitaria para los emprendedores y futuros empresarios sociales deberá por lo tanto incluir en un corto plazo el conocimiento y la implementación de herramientas de inteligencia empresarial porque los escenarios del ámbito empresarial implican en la actualidad el uso intensivo de las tecnologías para consolidar la competitividad en mercados globales. Por ejemplo, un empresario puede usar *blockchain* para mejorar la seguridad y la transparencia de sus transacciones, mejorar la eficiencia de los procesos de procesamiento de datos y optimizar los flujos de trabajo; así como, otras tecnologías de frontera, para reducir los tiempos y costos de transacción, de producción, de operación, así como ofrecer productos y servicios innovadores, realizar contratos inteligentes, mejorar la gestión de la cadena de suministro y crear nuevas soluciones de financiación.

Por otro lado, y como lo demuestra el modelo, si se generan espacios de implementación de herramientas de IA en el desarrollo de habilidades como la toma de decisiones y la gestión efectiva de la información, los estudiantes universitarios contarán con un perfil más sólido para su formación como emprendedores sociales y su contribución en la Economía Social y Solidaria de su país. Finalmente, como futuras líneas de investigación, se reconoce que estos modelos deben ser probados y testeados en comunidades universitarias de otras disciplinas, y se reconoce la limitación de este estudio al tratarse de percepciones personales de los sujetos.

Referencias bibliográficas

- Arias-Navarrete, A. S., Palacios-Pacheco, X. I., & Villegas-Ch, W. (2020). Integración de un chatbot a un LMS como asistente para la gestión del aprendizaje. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (32), 164-175.
- Arocutipa, J. P. F., Nugent, M. A. L. M., Silva, G. J. S., & Bellido, I. E. A. (2021). Liderazgo en tiempos de 4ta revolución industrial. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(96), 1096-1107.
- Berrío, N. (2021). Integración de la inteligencia artificial en la gestión del talento humano. <http://hdl.handle.net/10654/39711>.

- Blacksmith, N., & McCusker, M. E. (Eds.). (2024). *Data-Driven Decision Making in Entrepreneurship: Tools for Maximizing Human Capital*. CRC Press.
- Bolaño-García, M., & Duarte-Acosta, N. (2024). Una revisión sistemática Del Uso De La Inteligencia Artificial En La educación. *Rev Colomb Cir*, 39, 51-63.
- Campos-Sánchez, A., & Marúm-Espinosa, E. (2022). *Formación emprendedora en la educación superior: investigación y buenas prácticas*. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España.
- Chai, J., Loh, W. Y., & Lim, E. P. (2019). Habilidades requeridas para el éxito profesional en el campo de la Inteligencia Artificial. *Revista Electrónica de Ciencia e Ingeniería*, 10(3-4), 125-133.
- Chen, J. (2020). Artificial Intelligence and Entrepreneurship: A Systematic Review of the Literature. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 167-190.
- Cuenca, P. F., Cuenca, T. E. F., Cobeña, G. V. S., & Vélez, J. M. (2020). Formación emprendedora y mejoramiento empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 6(2), 782-802.
- Dehter, M. (2009). ¿Qué es la formación de emprendedores?. http://mario-dehter.com/aprender/que-es-la-formacion-de-emprendedores_3303.
- Freire V. S. B. (2023). Herramientas de Inteligencia Artificial: la irrupción de Chat GPT en los ámbitos académico y empresarial. <https://repositorio.upct.es/handle/10317/12749>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw-Hill Educación.
- Katz, J. A. (2024). Cultures of Evaluation Leveraging Academia for Due Diligence in Angel Investments. In *Data-Driven Decision Making in Entrepreneurship* (pp. 197-218). CRC Press.
- Khan, Z. A., & Dhanraj, S. (2020). Habilidades necesarias para el uso de la

Inteligencia Artificial en el entorno empresarial. *Revista de Negocios Internacionales*, 4(2), 123-130.

Kharrufa, A., & Winters, N. (2017). Habilidades necesarias para la adopción de la Inteligencia Artificial en el entorno empresarial. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 13(6), 24-31.

Mattingly, V., Grice, S., Roberson, A., & Colley, K. (2024). Using Data to Build More Diverse, Equitable, and Inclusive Startups. In *Data-Driven Decision Making in Entrepreneurship* (pp. 95-122). CRC Press.

Mcmurtrie B. (2018). How artificial intelligence is changing teaching. The chronicle of higher education. 2018. p. 1-7. Fecha de consulta: 15 de abril de 2023. https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=How+artificial+intelligence+is+changing+teaching.&btnG=

Perasso, V. (2016). Qué es la cuarta revolución industrial (y por qué debería preocuparnos). <https://www.bbc.com/mundo/noticias-37631834> (12 de octubre de 2016)

Perdomo V., M. P. (2023). Desarrollo de las nuevas tecnologías y su dinamización en las habilidades de la gestión del liderazgo.

Proaño, L. F. H. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Alternativas*, 15(1), 46-50.

Provost, F., & Fawcett, T. (2013). Data science and its relationship to big data and data-driven decision making. *Big data*, 1(1), 51-59.

Rouhiainen, L. (2018). Inteligencia artificial. *Madrid: Alienta Editorial*, 20-21.

Sierra, S. A. (19 de 07 de 2023). Milenio. Obtenido de IA en la efectividad del liderazgo. <https://www.milenio.com/opinion/alicia-ivette-sierra-sosa/liderazgo-disruptivo/ia-en-laefectividad-del-liderazgo>

Vázquez, M. Y. L., Ricardo, J. E., & Vega-Falcón, V. (2022). La inteligencia artificial y su aplicación en la enseñanza del Derecho. *Estudios del desarrollo social: Cuba y América Latina*, 10, 368-380.

Cooperación solidaria para un comercio justo en el sector artesanal en México

Patricia S. Sánchez-Medina¹

Resumen

El siguiente trabajo nace como una necesidad apremiante de buscar soluciones a la permanencia de un sector artesanal poco valorizado bajo una noción capitalista, por lo que se sustenta a partir de la Economía Social y Solidaria (ESS) para conocer aspectos de cooperación que sirvan de base para un comercio justo en este sector. Para ello, se levantó una muestra de 100 artesanos localizados en Oaxaca y Guanajuato, México, y a partir de una serie de aseveraciones que miden la cooperación se realizó un análisis descriptivo. Los hallazgos indicaron que, si bien es cierto que el artesano promueve aspectos de cooperación con sus proveedores y empleados, existe aún un porcentaje alto de ellos quienes se muestran indecisos a cooperar. Lo anterior, se debe a la poca o nula información que tienen con relación a temas de ESS, con la cual podrían tomar decisiones más precisas respecto al rumbo de su negocio. Los resultados también pueden estar influenciados por otras variables como la educación del artesano, pues mayormente los artesanos encuestados no tienen ningún nivel escolar o presentan una educación básica. Por lo que es importante a partir de lo encontrado, focalizar estrategias que permitan hacer llegar información al sector artesanal, con lo cual pueden hacerse de herramientas y tomar decisiones precisas para lograr un comercio justo en este sector.

Palabras clave: Economía Social y Solidaria, noción capitalista, sector artesanal, comercio justo.

¹ Doctora en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales; Instituto Politécnico Nacional, CII- DIR-IPN Unidad Oaxaca, Profesora Investigadora. Correo: psanchez@ipn.mx; <https://orcid.org/0000-0003-2949-3374>

Solidarity cooperation for fair trade in the artisan sector in Mexico

Abstract

The following work was born as a pressing need to seek solutions to the permanence of an undervalued artisanal sector under a capitalist notion, which is why it is based on the Social and Solidarity Economy (SSE) to learn about aspects of cooperation that serve as a basis for fair trade in this sector. To do this, a sample of 100 artisans located in Oaxaca and Guanajuato, Mexico was collected, and a descriptive analysis was carried out based on a series of statements that measure cooperation. The findings indicated that, although the artisan indeed promotes aspects of cooperation with his suppliers and employees, a high percentage of them are hesitant to cooperate. The above is due to the little or no information they have regarding SSE issues, with which they could make more precise decisions regarding the direction of their business. The results may also be influenced by other variables such as the education of the artisan, since most of the artisans surveyed do not have any educational level or have a basic education. Therefore, based on what has been found, it is important to focus on strategies that allow information to be sent to the artisanal sector, with which they can acquire tools and make precise decisions to achieve fair trade in this sector.

Keywords: Social and Solidarity Economy, capitalist outlook, artisanal sector, fair trade.

Introducción

Las artesanías son un sector económico importante en México, pues de acuerdo con datos del INEGI (2019), el sector artesanal aporta un 0.6 % al PIB, además de considerar que recientemente la población que vive de la actividad artesanal ascendió a 1,118,232 personas de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingreso en los Hogares (ENIGH, 2018). A pesar de estos datos, los artesanos no han mejorado su condición económica, pues sigue siendo

un sector vulnerable con altos índices de marginación y pobreza, ubicados mayormente en comunidades rurales indígenas (Cortés et al. 2016; FONART, s/f).

El artesano por lo regular está constituido en su negocio familiar, perteneciendo mayormente a un sector informal (Ramos, 2015), donde sus características de producción y comercialización difieren mucho de la empresa formal. Sus producciones más altas son por encargo, y cuando no tienen pedidos producen para exhibir sus piezas en el espacio de sus viviendas destinado para ello, o bien, llevan sus productos a las plazas de sus comunidades o a los mercados cercanos, con la esperanza de vender (Sánchez-Medina, 2024).

En otros casos, venden a intermediarios a precios bajos, por lo que no hay un comercio justo, pues mientras que el productor enfrenta infinidad de dificultades para poder posicionarse, obtener cierto prestigio y vender, el intermediario vende a mayor precio, se posiciona más fácilmente pues regularmente tienen negocios establecidos en las cabeceras municipales o áreas urbanas y obtienen muchas más ventajas que el productor directo (Barbosa, 2019; Corona-Ortiz et al., 2023).

Este último aspecto, que caracteriza la comercialización de las artesanías, nace y se identifica en una noción capitalista que busca el éxito y la riqueza individual en un mercado competitivo, con el objetivo de obtener un rendimiento a corto plazo (Muñoz & González-Esteban, 2017; Pavón-Cuéllar, 2017), ya que el fin último del capitalismo como lo señala Huertas-Charles y McLaren (2021) son las ganancias más que el bienestar de las personas.

En este marco de análisis, se descontextualiza la artesanía y su función cultural queda relegada, pues se presta mayor importancia a la dimensión económica, haciendo más difícil la permanencia del sector artesanal, pues tienen que entrar en una dinámica de mercado, en donde por lo regular venden sus piezas a precios muy bajos, despojándolas del valor cultural, debilitando incluso su patrimonio indígena y profundizando en una mayor precarización como lo expresa Olmedo (2022).

Por lo que cabría preguntarse ¿cómo los negocios de artesanías informales pueden competir contra grandes comerciantes o comercios formales

pequeños que son menos vulnerables a cualquier situación? Como lo señala Hernández (2022), resulta complicado pensar que esto pueda suceder, pues se carece de igualdad de condiciones, ya que los contextos en los cuales se desarrolla la empresa formal y la artesanía son diferentes. Coraggio (2009) y Muñoz y González-Esteban (2017), señalan en este sentido que la concepción que se tiene de la empresa en un modelo capitalista se fundamenta principalmente en un aspecto económico, obtener la maximización de ganancias para retribuir la inversión de los accionistas (*shareholders*).

No obstante, y de acuerdo con Muñoz y González-Esteban (2017) la empresa artesanal presenta características diferentes, es más inclusiva y participativa por lo que responde más a un modelo institucional de *stakeholders*, en donde interactúan diversos actores como la familia, los clientes, la comunidad, el gobierno, entre otros. Por tanto, la artesanía es un modelo de realización personal que usa prácticas sociales, las cuales implican un trato activo con los otros, y donde el fomento de la cooperación resulta fundamental, pues muchas de las tareas realizadas en esta actividad requieren del esfuerzo coordinado de varias personas. Así, las artesanías no pueden ser analizadas bajo la misma lógica de la empresa formal, pues difiere mucho de ella (Sánchez-Medina et al., 2015).

Así como se explicó anteriormente, el sector artesanal presenta características diferentes y se ha visto que no se han encontrado soluciones eficaces a las problemáticas del sector a partir de una noción capitalista. Por ello, resulta importante para los académicos indagar a partir de otras visiones, que permitan una aproximación más clara, pero sobre todo eficaz a la realidad del sector artesanal.

La presente investigación tiene como objetivo conocer aspectos de la cooperación solidaria en el sector artesanal, con la intención de que sirvan como base para un comercio justo. Se parte del supuesto de que la cooperación es un elemento fundamental dentro del sector artesanal, pues es una actividad donde convergen prácticas sociales, sin embargo, esto no puede entenderse bajo la lógica de un sistema capitalista, por tanto, este trabajo se fundamenta desde la visión de Economía Social y Solidaria (ESS).

La ESS es una visión que se contrapone al capitalismo, pues a través de una forma diferente de fomentar la práctica de la economía, busca la satis-

facción de las necesidades y la reproducción ampliada de la vida a partir de un sentido más profundo de la producción. El cooperativismo es un eje central de la ESS, pues se ve como una opción importante en el proceso de cambio (Hernández, 2016).

El resto del documento está estructurado como sigue: la sección 2 incluye un marco referencial centrado en aspectos de ESS y la artesanía, la sección 3 hace referencia a la metodología empleada para el desarrollo de la investigación, la sección 4 desglosa los resultados obtenidos y finalmente se muestran las conclusiones del trabajo.

Marco de referencia

Economía Social y Solidaria

El estudio y análisis de fenómenos sociales desde el enfoque de la ESS ha cobrado especial importancia, pues ha sido reconocido por su papel en el alivio de la pobreza, la transformación de sistemas sociales y económicos, la reducción de las desigualdades y el logro de las metas del desarrollo sustentable (García-Lorenzo et al., 2024). Por eso mismo ha habido un desarrollo creciente de estudios que se han inclinado en profundizar en la ESS (Borzaga et al., 2019; Lee, 2019; Marier-Bienvenue et al., 2017; Shenaz, 2019; Villalba-Eguiluz et al., 2023).

Sin embargo, para poder comprender y por ende aplicar e interpretar la ESS en un contexto determinado, se tiene que hacer una revisión teórica exhaustiva de la literatura para entender este cuerpo teórico que cada vez tiene más adeptos dentro de la academia. Por ello, esta sección profundiza en la ESS con el fin de entender esta visión y su aplicación en el sector artesanal.

Lo primero que se debe entender es que la ESS es una noción que se contrapone totalmente al capitalismo, pues busca soluciones nuevas a partir de una visión diferente de la ciencia económica, cuyo objetivo principal es la visión ampliada de la vida (Hernández, 2016), con lo anterior un primer principio fundamental que se detecta de la ESS es que predomina a las personas y el trabajo sobre el capital (García-Lorenzo et al., 2024).

Por tanto, construye a la sociedad, esto es, unifica a productores y consumidores para alcanzar en conjunto las necesidades de ambos (González & Barkin, 2009), además de caracterizarse por ser solidaria, es decir trabajar juntos por objetivos comunes (Hernández, 2016). De esta forma, se detectan dos principios más de la ESS, la cooperación voluntaria y la acción colectiva (García-Lorenzo et al., 2024).

Estos principios enmarcan a la solidaridad, la cual puede tipificarse dentro de la ESS como: solidaridad con los seres humanos, con la naturaleza y con la cultura. La primera de ellas se refiere a la solidaridad con las generaciones futuras, si se piensa en este tipo de solidaridad, particularizando en generaciones venideras, entonces es fácil comprender porque esta solidaridad se centra en la generación de nuevos empleos, nuevas oportunidades laborales para satisfacer la necesidad de trabajo de las personas que se incorporan al mercado laboral, teniendo como base la reciprocidad, el cooperativismo y la ayuda mutua.

La solidaridad con la naturaleza se enfoca en la conservación medioambiental, atendiendo al desarrollo sustentable, y la solidaridad con la cultura, se refiere al fomento cultural de las comunidades, sin perjudicar su tradición, costumbres, identidad, entre otros. (Emru & Elsen, 2023; Ferraton et al., 2024; Hernández, 2016; Villalba-Eguiluz et al., 2020).

Si partimos de los principios de la ESS y de los tipos de solidaridad enmarcados en ellos, es fácil identificar estos aspectos en el contexto artesanal, pues al ser un sector representativo de comunidades rurales indígenas, su prioridad en muchos casos es la sostenibilidad de sus comunidades a través de la permanencia de su cultura, valores, tradiciones y costumbres, lo anterior lleva a trabajar bajo objetivos comunes, por tanto se hace presente la cooperación y la acción colectiva, pero también, al tratarse de un sector que tiene como eje central la expresión artística, se prioriza en la mayoría de los casos el trabajo más que el capital.

Asimismo, y con relación a la solidaridad, se destaca la solidaridad con los seres humanos, ya que existe apoyo entre ellos mismos para terminar trabajos con volúmenes altos de producción o con técnicas específicas, por ejemplo, esto da evidencia de reciprocidad y cooperativismo, así también al ser un sector que hace uso de insumos naturales en su producción, existe

una fuerte conexión con el ambiente natural y por tanto, permea también una solidaridad con la naturaleza, y finalmente la solidaridad con la cultura se hace presente, en la medida es un sector que está fuertemente arraigado a sus tradiciones, costumbres, valores e identidad, por lo que a través de él se promueve la cultura y se establece la cosmovisión de las comunidades (Sánchez-Medina, 2022; Sánchez-Medina et al., 2015; Vega, 2012).

Considerando lo anterior, entonces es posible hablar de ESS en el sector artesanal porque este se compone de negocios que se dedican a la producción e intercambio de bienes, y tienen como base y objetivo fundamental el bienestar social, la cooperación y la solidaridad (Villalba-Eguiluz et al., 2023). Aunque de acuerdo con Muñoz y González-Esteban (2017), la artesanía no se limita únicamente a una actividad productiva, sino que la actividad por sí misma propone un modelo formativo integral del ser humano, esto es, considerar a la artesanía como una práctica que incluye: una forma de hacer cosas, relacionarse con otros, un modo de actuación socialmente significativo y aprendizajes, por lo tanto, la artesanía muestra un abanico de cualidades relacionales y sociales, a través de fomentar la cooperación.

Si entendemos a la artesanía como la definen Gómez-Xul et al. (2024) “Un conjunto de conocimientos que han sido heredados y responde a las necesidades de las comunidades, es un soporte simbólico de costumbres, creencias y rituales, es una forma de vida” entonces es fácil comprender que desde la ESS, la artesanía debe verse como una actividad social, que se emprende de manera cooperativa, a través de capacidades sociales y comunicativas (Muñoz & González-Esteban, 2017), entendiendo la cooperación como un entramado de apoyo mutuo en el que se valoran las relaciones cara a cara (Molina, 2014).

Metodología

Debido a la falta de bases de datos formales que contabilicen el número de artesanos, para la presente investigación se seleccionó una muestra arbitraria (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) compuesta por 100 artesanos, siguiendo criterios cualitativos como: elegir los Estados más representativos en cuanto a la producción artesanal, accesibilidad en costos, viabilidad logística y disposición a participar en el estudio.

Con base en estos criterios, se entrevistaron 50 artesanos originarios del Estado de Oaxaca y 50 del Estado de Guanajuato. La figura 1 muestra la ubicación geográfica de los estados, y en la tabla 1 se observa la distribución de la muestra con base en el sexo, edad, lengua, estado civil, nivel escolar y antigüedad del negocio.

Figura 1. Ubicación geográfica de los Estados artesanales estudiados



Fuente: elaboración propia con la herramienta mapchart.net

Tabla 1. Características de la muestra

Variable	n	Variable	n
Estado		Sexo	
Oaxaca	50	Hombre	45
Guanajuato	50	Mujer	55
Educación		Estado civil	
Sin educación	37	Soltero	43
Educación básica	46	Casado	47
Educación media	6	Unión libre	6
Educación superior	11	Divorciado	4
Antigüedad del negocio		Edad	
1 a 10 años	42	Joven	7
11 a 20 años	21	Adulto	81
Más de 20 años	37	Adulto mayor	12
Lengua			
Habla lengua indígena	46		
No habla lengua indígena	54		

Fuente: elaboración propia con datos procesados en el software SPSS Statistics 25

Para recabar la información se utilizó un cuestionario estructurado aplicado a través de entrevistas cara a cara (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), el cuestionario se compuso de dos secciones: la primera, enfocada a obtener información referente a características personales del artesano y su negocio, y la segunda, se compone de siete afirmaciones orientadas a conocer aspectos sobre cooperación solidaria en el sector artesanal. Al artesano se le pregunto qué tan de acuerdo estaba con cada afirmación, la respuesta fue dada con base en una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1= totalmente en desacuerdo y 5= totalmente de acuerdo. Las afirmaciones se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Ítems de cooperación solidaria

1	Fomenta la cooperación con sus proveedores
2	Las relaciones con sus proveedores se basan en el apoyo mutuo y no solo en el aspecto económico
3	En su negocio, trabajan en equipo
4	En su negocio, el trabajo en equipo y el apoyo mutuo son muy importantes
5	En su negocio, todos aportan ideas para mejorar no solo el producto sino también su convivencia
6	Los empleados expresan sus opiniones, hacen sugerencias o preguntan acerca de las actividades del negocio y se apoyan entre ellos
7	El dueño fomenta la comunicación dentro del negocio y al exterior

Fuente: elaboración propia.

Resultados

Esta investigación es un acercamiento al análisis de aspectos de ESS en el sector artesanal, en esta sección se muestra un análisis descriptivo de cada una de las afirmaciones empleadas para conocer aspectos de cooperación solidaria.

Como se muestra en la tabla 3, el 44 % de los artesanos comentan que están totalmente de acuerdo en fomentar la cooperación con sus proveedores, en contraparte con el 3 % de ellos, quienes respondieron estar totalmente en desacuerdo en fomentar dicha cooperación, un punto importante a resaltar tiene que ver con el 13 % de artesanos quienes comentaron estar indecisos en fomentar la cooperación con sus proveedores, lo anterior nos lleva a

detectar la carencia de información que tienen los artesanos respecto a las ventajas que pueden obtener si llevan a cabo aspectos de cooperación en sus negocios.

Tabla 3. Fomento de la cooperación con sus proveedores

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	3.0
En desacuerdo	5	5.0
Indeciso	13	13.0
De acuerdo	35	35.0
Totalmente de acuerdo	44	44.0
Total	100	100.0

Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

La tabla 4 muestra las características de la relación entre los artesanos y sus proveedores, específicamente la pregunta se enfocó en conocer si dicha relación es basada en apoyo mutuo más que en aspectos económicos, como se aprecia en la tabla 4, el 84 % de los artesanos respondieron estar en el rango de acuerdo y totalmente de acuerdo, mientras que un 7 % se encuentran en el rango de desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Al igual que en el caso anterior, resulta importante enfocarse en el 9 % de artesanos que respondieron estar indecisos a esta aseveración, con la finalidad de hacerles ver las ventajas de trabajar solidariamente con sus proveedores.

Tabla 4. Las relaciones con sus proveedores se basan en el apoyo mutuo y no solo en aspectos económicos

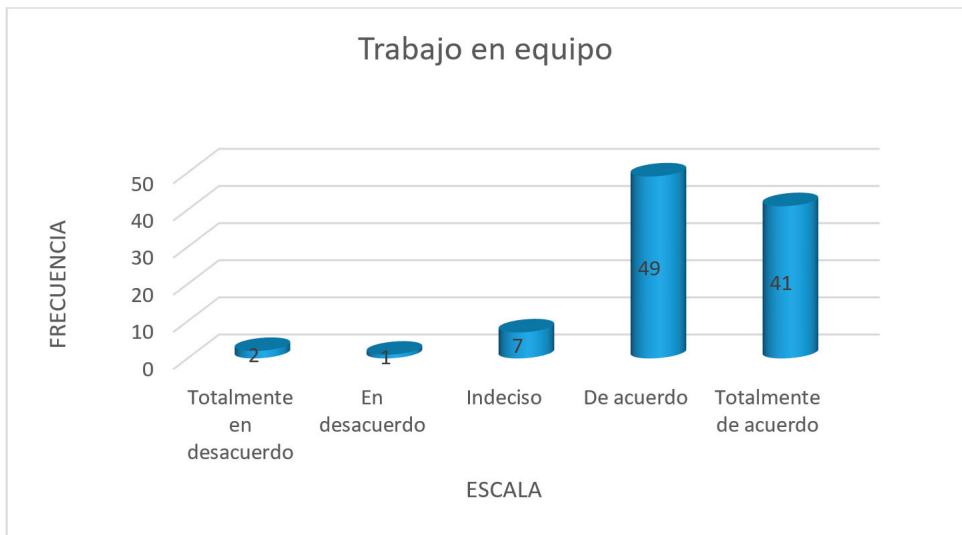
	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4.0
En desacuerdo	3	3.0
Indeciso	9	9.0
De acuerdo	43	43.0
Totalmente de acuerdo	41	41.0
Total	100	100.0

Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

Respecto al trabajo en equipo, la figura 2 muestra las respuestas de los artesanos con relación a si trabajan en equipo en su negocio para alcanzar

objetivos conjuntos, donde el porcentaje más alto corresponde al 49 % de los artesanos, quienes respondieron estar de acuerdo con esta aseveración, el 7 % está indeciso y el 3 % está en la parte contraria a la escala, es decir se encuentran en desacuerdo del trabajo en equipo para lograr objetivos comunes.

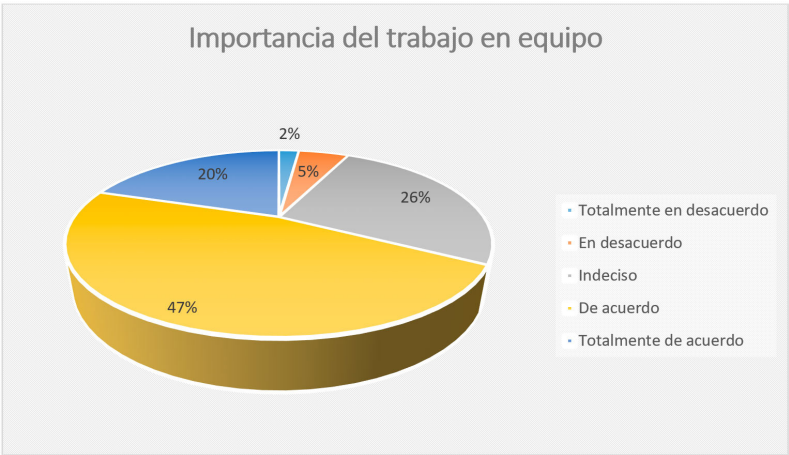
Figura 2. En su negocio, trabajan en equipo



Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

Relacionado con la aseveración anterior, la figura 3 se enfoca en la importancia que tiene para los entrevistados el trabajo en equipo y el apoyo mutuo. La cifra mayor con un 47 % indica que los artesanos entrevistados están de acuerdo y tienen conciencia de la importancia de trabajar en equipo y apoyarse mutuamente, pues ello los lleva a alcanzar sus metas más fácilmente, contrario a un 2 % que indica el desacuerdo de los artesanos respecto a esta aseveración. Por otra parte, y a diferencia de los análisis en las aseveraciones anteriores, en esta pregunta se observa un porcentaje mayor de indecisión de los artesanos, con un 26% el dato indica la ausencia de información y/o capacitación al sector artesanal, pues si se les capacitará en temas relacionados con ESS podrían más fácilmente detectar oportunidades y responder de forma segura a los cuestionamientos realizados.

Figura 3. En su negocio, el trabajo en equipo y el apoyo mutuo son muy importantes



Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

Otro aspecto analizado fue la convivencia dentro del negocio, como se puede apreciar en la tabla 5, el 54 % de los artesanos encuestados opinan estar de acuerdo respecto a que todos los integrantes dentro del negocio aportan ideas para mejorar sus actividades y sobre todo para una buena convivencia, el 9 % opinaron en el rango de en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con la aseveración anterior y un 14 % resultado estar indeciso.

Tabla 5. Todos aportan ideas para mejorar no solo el producto sino también su convivencia

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	1.0
En desacuerdo	8	8.0
Indeciso	14	14.0
De acuerdo	54	54.0
Totalmente de acuerdo	23	23.0
Total	100	100.0

Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

Con relación a los empleados, se evaluó qué tanto se encontraban a gusto dentro del negocio a través de expresarse libremente y apoyarse entre ellos.

El porcentaje más alto de los artesanos encuestados se encuentran entre el rango de totalmente de acuerdo y de acuerdo con 26 % y 47 % respectivamente, el 8 % se encuentra entre los rangos de totalmente en desacuerdo y en desacuerdo y el 19 % se encuentra indeciso.

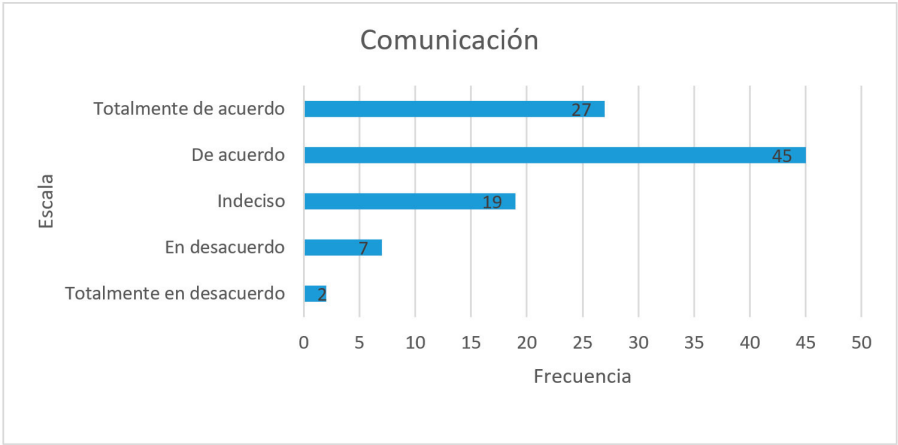
Tabla 6. Los empleados expresan sus opiniones, hacen sugerencias o preguntan acerca de las actividades del negocio y se apoyan entre ellos

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4.0
En desacuerdo	4	4.0
Indeciso	19	19.0
De acuerdo	47	47.0
Totalmente de acuerdo	26	26.0
Total	100	100.0

Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

Finalmente se analizó la comunicación del artesano dentro del negocio y con el exterior, un 45 % opino estar de acuerdo en que se fomenta la comunicación, mientras que un 7 % opino estar en desacuerdo y hubo un 19 % de indecisión, como puede observarse en la figura 4.

Figura 4. El dueño fomenta la comunicación dentro del negocio y con el exterior



Fuente: elaboración propia con apoyo del software SPSS Statistics 25

Un dato relevante que llama la atención en las aseveraciones evaluadas respecto a la cooperación es el porcentaje de indecisión, la cual puede deberse a dos aspectos importantes, el primero enfocado a la falta de información a los artesanos respecto a los beneficios que pueden obtener si implementan estrategias focalizadas a impulsar y fomentar la cooperación en sus negocios, y la segunda puede estar relacionada a otros factores como la educación, pues el mayor número de artesanos encuestados son analfabetas o bien tienen una educación básica.

Lo anterior, puede estar limitando indirectamente la seguridad del artesano respecto a los beneficios que puede adquirir a través de la cooperación, ya que como se ha demostrado en otras investigaciones el nivel escolar del artesano influye en la toma de decisiones de su negocio, y le permite posicionarse de mejor manera respecto a aspectos importantes como la competitividad, innovación, entre otros (Díaz-Pichardo et al., 2017; Sánchez-Medina et al., 2010; Sánchez-Medina et al., 2014).

Conclusiones

Este trabajo hace un acercamiento al estudio de la cooperación solidaria en el sector artesanal en Oaxaca y Guanajuato, México, para ello se evaluaron diferentes aseveraciones con el fin de tener un panorama general de la cooperación en el sector artesanal, obteniéndose datos interesantes que muestran la importancia de la cooperación para los artesanos, pues les permite alcanzar objetivos comunes más fácilmente, sin embargo, también esta investigación deja entrever la necesidad urgente de contar con estrategias focalizadas que permitan un acercamiento constante al sector artesanal, con la finalidad de brindarles información oportuna y precisa respecto a diversos temas, y darles con ello la posibilidad de tomar decisiones de forma informada.

Así también, este trabajo hace un esfuerzo por contribuir al estudio de la ESS y su aplicación al sector artesanal, particularmente aborda el tema de cooperación como un principio básico de la ESS, la finalidad fue conocer cómo se da esta cooperación en el sector a través de una investigación exploratoria con datos numéricos, comúnmente en la literatura se aborda la ESS

en el sector artesanal como casos de estudio en cooperativas artesanales, pero sin que se profundice más descriptivamente cómo y de qué manera desde la perspectiva del artesano se realiza esta cooperación.

Los resultados obtenidos pueden contribuir también al estudio del comercio justo en el sector artesanal, pues proporciona información pertinente que de considerarse fortalecería la cooperación solidaria y repercutiría en una comercialización más justa y equitativa para los artesanos. Es decir, si se les brinda a los artesanos la posibilidad de contar con información y herramientas acordes a sus necesidades y contexto, les permitirá competir en igualdad de condiciones con intermediarios y otros negocios artesanales más consolidados. Considerando que el comercio justo puede ser una alternativa que le permita al sector artesanal lograr oportunidades de crecimiento.

La investigación presenta ciertas limitaciones como el tamaño de muestra, para futuras investigaciones se recomienda ampliar el tamaño de muestra a otros Estados con tradición artesanal, con lo cual se puede tener una muestra más representativa de la actividad. Asimismo, el estudio es descriptivo, por lo que a partir de una muestra mayor se puede realizar un estudio de tipo correlacional, que brinde más información de cómo se pueden estar dando las relaciones desde la noción de ESS.

Referencias bibliográficas

- Barbosa, S. A. (2019). La valoración cultural y económica de las artesanías indígenas mexicanas. *Diseño en Síntesis*, 61, 20-33.
- Borzaga, C., Salvatori, G. & Bodini, R. (2019). Social and Solidarity Economy and the future of work. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/239395751881530>
- Coraggio, J.L. (2009). Los caminos de la Economía Social y Solidaria. Presentación del dossier Iconos. *Revista de Ciencias Sociales*, 33, 29-38.
- Corona-Ortiz, P., Cruz-Jiménez, G. & Cadena-Inostroza, C.M. (2023). Análisis de la implementación del Programa Federal Corredores Artesana-

les en Teotihuacán, México, 2016-2020. *Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 15(1), 157-179.

Cortés, F., Luna, M., Medina, A. & Treviño, S. (2016). El comercio internacional del sector artesanal mexicano: una aplicación del modelo del ciclo de vida de los productos. *Revista Estudiantil de Economía*, 8(2), 67-86.

Díaz-Pichardo, R., Sánchez-Medina, P.S. & Henríquez, T. (2017). Innovación y competitividad en el sector artesanal. *Recherches en Sciences de Gestion*, 4(121), 41-61.

Emru, M. & Elsen, S. (2023). The social solidarity economy and the hull-house tradition of social work: Keys for unlocking the potential of social work for sustainable social development. *Social Sciences*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/socsci12030189>

Ferraton, C., Petrella, F., Richez-Battesti, N. & Vallade, D. (2024). Social and Solidarity Economy in the cultural field: governance as a transforming lever? A comparison between three French organizations. *Social Enterprise Journal*, 20(2), 123-139. <https://doi.org/10.1108/SEJ-12-2022-0118>

Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, FONART. Diagnóstico situacional del sector artesanal en México durante el período de la pandemia por el COVID-19.

García-Lorenzo, I., Varela-Lafuente, M., Garza-Gil, M.D. & Sumaila, U.R. (2024). Social and Solidarity Economy in small-scale fisheries: An international analysis. *Ocean and Coastal Management*, 253. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2024.107166>

Gómez-Xul, G., Quijano-Gutiérrez, S., López-Ponce, M. & Jiménez-Sánchez, D. (2024). Obstáculos de las artesanías de Escárcega y Calkiní que limitan la Economía Social y Solidaria. 593 *Digital Publisher CEIT*, 9(3), 137-149.

Gonzáles, M.A. & Barkin, D. (2009). Otra economía posible para el desarrollo. Propuestas desde América Latina. Gonzáles, M.A., López, R., y Guerre-

ro, H. (Coords.) *Economía Social y Desarrollo Local*. Morelia. Fac. de Economía “Vasco de Quiroga”- Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/CEIICH-UNAM, 43-74.

Hernández, D.A. (2022). El banco mundial y la visión capitalista del desarrollo: Hacia el avance del debate sobre lo social. *Revista de Estudiantes de Economía*, 2(6), 69-102.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw-Hill Educación.

Hernández, V.M. (2016). Las sociedades cooperativas, una expresión de Economía Social y Solidaria. El caso de la cooperativa de productores de artesanías Erandi. *Economía y Sociedad*, XX(34), 17-37.

Huertas-Charles, L. & McLaren, P. (2021). Educar nuestra esperanza en tiempos de oscuridad: Cómo continuar trabajando hacia la justicia social en un mundo capitalista neoliberal. *Tendencias Pedagógicas*, 38, 37-45.

INEGI, (2019). Sistema de Cuentas Nacionales de México.

INEGI, (2018). Encuesta Nacional de Ingreso en los Hogares.

Lee, S. (2019). Role of Social and Solidarity Economy in localizing the sustainable development goals. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 27(1), 65-71. <https://doi.org/10.1080/13504509.2019.1670274>

Marier-Bienvenue, T., Pellerin, R. & Cassivi, L. (2017). Project planning and control in Social and Solidarity Economy organizations: A literature review. *Procedia Computer Science*, 121, 692-698. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.090>

Molina, T. (2014). Juntos: rituales, placeres y política de cooperación SENNETT, Richard. *Sociologías*, 16(36), 278-287.

- Muñoz, M.A. & González-Esteban, E. (2017). Aportaciones de R. Sennet al desarrollo de la ética empresarial en el contexto del Nuevo Capitalismo. *Veritas*, 38, 51-75.
- Pavón-Cuéllar, D. (2017). Subjetividad y psicología en el capitalismo neoliberal. *Psicología Política*, 17(40), 589-607.
- Olmedo, R. A. (2022). Las artesanías en la encrucijada capitalista: apuntes críticos. En Miradas críticas a las problemáticas de las áreas rurales. Gómez, V.R. (Ed.). Consejo de Ciencia y Tecnología de Puebla (CONCYTEP), pp. 7-24.
- Ramos, A.L. (2015). Sector informal, economía informal e informalidad. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(11), 1-11.
- Sánchez-Medina, P.S. (2024). El lado verde de la alfarería oaxaqueña: ¿estrategia de permanencia? *Revista Digital Universitaria*, 25(3), 1-6.
- Sánchez-Medina, P.S. (2022). Entrepreneurial orientation and environmental behavior: an explanation from the value of ecocentrism and conformity of Mexican artisans. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 27(3), 1-22. <https://doi.org/10.1142/S1084946722500182>
- Sánchez-Medina, P.S., Díaz-Pichardo, R., Bautista-Cruz, A. & Toledo-López, A. (2015). Environmental compliance and economic and environmental performance. Evidence from handicrafts businesses in Mexico. *Journal of Business Ethics*, 126, 381-393. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1945-2>
- Sánchez-Medina, P.S., Domínguez, M.L. & Hernández, J. (2010). Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro. *Gestión y Política Pública*, XIX(1), 79-110.
- Sánchez-Medina, P.S., Toledo-López, A., Bautista-Cruz, A., & Regino-Maldonado, J. (2014). Valores ambientales y su efecto mediador entre características demográficas y resultados empresariales. *Revista Venezolana de Gerencia*, 19(67), 435-455.

- Shenaz, C. (2019). A black epistemology for the Social and Solidarity Economy: The black social economy. *The Review of Black Political Economy*, 46(3), 209-229. <https://doi.org/10.1177/00346446198652>
- Villalba-Eguiluz, U., Sahakian, M., González-Jamett, C. & Etxezarreta, E. (2023). Social and Solidarity Economy insights for the circular economy: Limited-profit and sufficiency. *Journal of Cleaner Production*, 418. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.138050>
- Villalba-Eguiluz, Arcos-Alonso, A., Pérez de Mendiguren, J.C. & Urretabizkaia, L. (2020). Social and Solidarity Economy in Ecuador: Fostering an alternative development model? *Sustainability*, 12(17). <https://doi.org/10.3390/su12176876>
- Vega, D.R. (2012). El aprendizaje de la artesanía y su reproducción social en Colombia. *Educación y Territorio*, 2(1), 1-24.

Denominación de origen mezcal: ¿comercio justo o robo legal de la riqueza campesina?

Horacio Alonso Vásquez¹, Raúl Enríquez Valencia², Felipe de Jesús Palma Cruz³

Resumen

El mezcal es una bebida espirituosa con un profundo valor simbólico y tradicional fruto de la economía familiar solidaria, cuyo origen en el Estado de Oaxaca se remonta al siglo XVIII. Además de una tradición cultural, el mezcal es un potente catalizador económico para las comunidades productoras de maguey y mezcal en el Estado de Oaxaca, las cuales están protegidas por la Denominación de Origen Mezcal-1994. Sin embargo, a treinta años de su creación, en conjunto con su reglamento operativo, la NOM-070-SCFI-2016, no justifican su existencia, pertinencia social y de comercio justo como dispositivos jurídicos supuestamente destinados a mejorar el nivel social y económico de quienes se dedican al aprovechamiento de la materia prima, producción, comercialización y distribución del mezcal. Mediante una metodología con enfoque mixto, etnográfico e histórico se analizó el impacto de estos dispositivos jurídicos que regulan la producción y comercialización del mezcal en el bienestar social de cuatro municipios productores del Estado: San Pedro Teozacoalco, San Luis Amatlán, San Carlos Yautepec y Santa Catarina Minas. Se concluyó que dichos dispositivos jurídicos generan profundas desigualdades sociales, excluyen a productores locales del desarrollo y comercio justo del mezcal, debilitando los soportes familiares de economía solidaria como la Guelaguetza y la “mano prestada”, permitiendo el robo legal de la riqueza familiar campesina a manos de coyotes, envasadores y comercializadores.

1 Licenciado en Mercadotecnia por la Universidad José Vasconcelos de Oaxaca. Estudiante de la Maestría en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico en el TecNM - Instituto Tecnológico de Oaxaca. alonsohoracio23@gmail.com; <https://orcid.org/0009-0001-0089-6105>

2 Doctor en Ciencias Antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana. Investigador por México/ CONAHCYT / TecNM - Instituto Tecnológico de Oaxaca. patoazull@prodigy.net.mx; <https://orcid.org/0000-0002-9269-0680>

3 Doctor en Ciencias Médico-Biológicas por la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca. Profesor Investigador del TecNM - Instituto Tecnológico de Oaxaca. felipepalmacruz@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-2742-2900>

Palabras clave: comercio justo, denominación de origen mezcal, pobreza, Oaxaca.

Mezcal denomination of origin: fair trade or legal theft of peasant wealth?

Abstract

Mezcal is a spirit with deep symbolic and traditional value, born from the solidarity-based family economy, whose origins in the state of Oaxaca date back to the 18th century. In addition to being a cultural tradition, mezcal is a powerful economic catalyst for maguey and mezcal-producing communities in the state of Oaxaca, which are protected by the Denomination of Origin Mezcal-1994. However, thirty years after its creation, along with its operating regulation, NOM-070-SCFI-2016, they do not justify their existence, social relevance, or role in fair trade as legal mechanisms supposedly aimed at improving the social and economic level of those involved in the harvesting, production, commercialization, and distribution of mezcal. Through a mixed-method, ethnographic, and historical approach, the impact of these legal mechanisms regulating the production and commercialization of mezcal on the social well-being of four producing municipalities in the state—San Pedro Teozacoalco, San Luis Amatlán, San Carlos Yautepec, and Santa Catarina Minas—was analyzed. It was concluded that these legal mechanisms generate deep social inequalities, exclude local producers from the development and fair trade of mezcal, and weaken family-based solidarity economies such as the Guelaguetza and “mano prestada,” allowing the legal theft of rural family wealth by intermediaries, bottlers, and marketers.

Keywords: fair trade, mezcal denomination of origin, poverty, Oaxaca.

Introducción

La tradición mezcalera en Oaxaca ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, alcanzando un crecimiento en la producción y valor de comercialización sin precedentes. Sin embargo, los dispositivos jurídicos (Denominación de Origen Mezcal 1994 y su normativa operativa NOM-070-SCFI-2016) diseñados para proteger el valor social, cultural, económico y medioambiental de la tradición mezcalera, como una alternativa al sistema capitalista tradicional, han fracasado en cumplir su objetivo. A pesar de haber sido diseñados, entre otros, con el objetivo de promover el comercio justo y, a través de ello, garantizar condiciones equitativas, bienestar y justicia social, sostenibilidad ambiental y transparencia en la cadena de valor, así como una compensación justa por el trabajo y conocimiento de los productores locales, estos principios han sido sistemáticamente ignorados.

En lugar de proteger a los pequeños productores, el sistema ha terminado vulnerando sus derechos, perpetuando su exclusión económica y beneficiando principalmente a grandes empresarios y a élites económicas. Las familias campesinas han sido marginadas y despojadas de su conocimiento y plusvalía, relegadas a una posición subordinada dentro de una cadena de valor donde ellas son las principales productoras de la espirituosa.

Por lo tanto, la falta de estudios pormenorizados sobre la estructura y la realidad de la cadena de valor del mezcal subraya la necesidad de un análisis detallado que permita comprender cómo estas herramientas de protección afectan a los diferentes actores dentro de la industria, desde los pequeños productores hasta las grandes empresas, así como analizar el impacto que tienen en la sostenibilidad ambiental, de las prácticas de producción y trabajo familiar solidario y en la distribución del valor añadido a lo largo de la cadena de producción.

Conocer esta realidad es necesario para entender los desafíos que enfrentan los productores locales, la sostenibilidad de la tradición y el impacto que tiene en las comunidades y el Estado. Solo con esta comprensión será posible diseñar políticas orientadas hacia la preservación de las redes de economía familiar solidaria de los pequeños productores de mezcal, que contrarresten los efectos negativos que, en los últimos años, las disposiciones legales que protegen la Denominación de Origen Mezcal han exacerbado.

Marco de referencia

Antecedentes de la denominación de origen mezcal (DO)

En 1994, el gobierno de Oaxaca con apoyo del entonces gobernador Diódoro Carrasco Altamirano solicitó la creación de la Denominación de Origen Mezcal a Jorge Amigo Castañeda, entonces director del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Castañeda señaló en su momento la necesidad de la “creación” de una región geográfica específica llamada “Mezcal” ya que la producción de mezcal se realizaba en varias regiones de México, no solo en Oaxaca (Consejo Regulador del Mezcal [CRM], 2020).

En consecuencia, el gobierno de Oaxaca creó la “Región del Mezcal”, que incluía los distritos de Yautepec, Tlacolula, Miahuatlán, Ejutla, Ocotlán, Sola de Vega y Zimatlán (RM1). A raíz de esta iniciativa, Jorge Amigo aceptó otorgar la denominación al Estado, bajo la condición de que se cumplieran con los requisitos previamente establecidos y se extendiera la invitación a otros Estados productores.

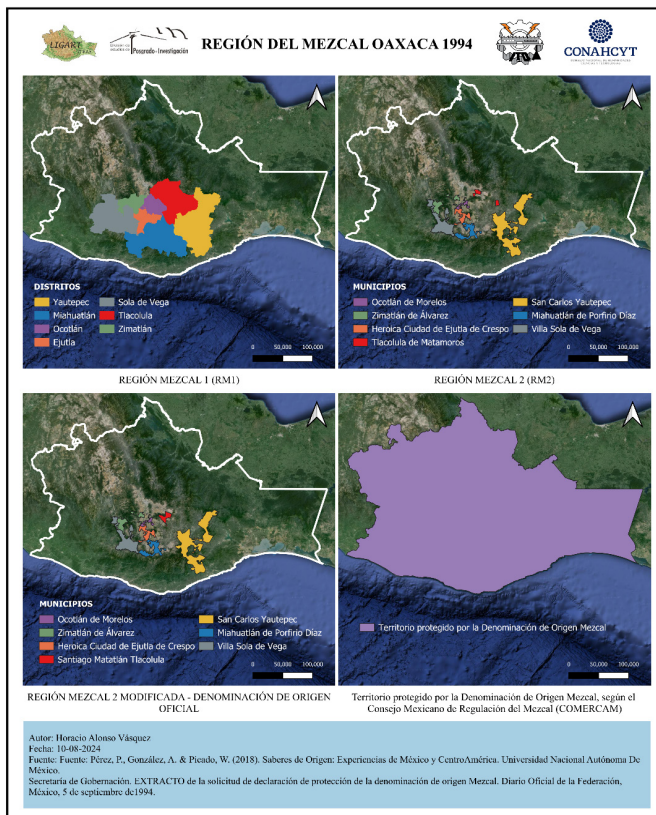
La RM1 fue finalmente descartada y, en colaboración con la Asociación Civil Cámara Nacional de la Industria del Mezcal (ACCNIM) se presentó una nueva Región del Mezcal (RM2), y se designaron los Estados que participarían en la DOM. La ACCNIM respaldada por el gobierno de Oaxaca, presentó el 13 de julio de 1994 una solicitud para la declaración y protección de la Denominación de Origen del Mezcal ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Pérez et al., 2018).

El 5 de septiembre del mismo año se publicó en el Diario Oficial de la Federación un extracto de la Declaración de Origen Mezcal (DOM), delimitando la protección territorial en cinco Estados del país: Guerrero, Oaxaca, Durango, San Luis Potosí y Zacatecas, destacando la región denominada “Región del Mezcal” (RM2) que comprendía los municipios de Sola de Vega, Miahuatlán, Yautepec, Tlacolula, Ocotlán, Ejutla y Zimatlán en el estado de Oaxaca (Secretaría de Gobernación [SEGOB], 1994). Sin embargo, previo a su publicación oficial, el 24 de octubre de 1994 se solicitó una modificación en la RM2, lo que resultó en la sustitución del municipio de Tlacolula de

Matamoros por Santiago Matatlán, reconociendo a este último por su representatividad, relevancia histórica y productiva como el principal productor de mezcal en Oaxaca, conocido como “La Cuna del Mezcal”.

Finalmente, la declaratoria de protección de la Denominación de Origen Mezcal fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 28 de noviembre de 1994, y durante 3 años la Norma Mexicana NMX-V-8-1993-SFCI fue la encargada de regular los parámetros de calidad y comercialización de esta bebida espirituosa (SEGOB, 1994).

Figura 1. Región del mezcal. Oaxaca 1994



El 12 de junio de 1997 se publicó en el DOF, la NOM-070-SCFI-1994, una norma específica para el control de calidad y comercialización del Mezcal (SEGOB, 1997). Ese mismo año se creó el Consejo Mexicano Regulador de la

Calidad del Mezcal, A. C. (COMERCAM), como un único organismo regulador de la producción, calidad y comercialización del mezcal.

Actualmente, existe una contradicción entre lo establecido por la DOM 1994 y lo que sostiene el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM). Según la DOM, solo 8 municipios del Estado de Oaxaca están protegidos bajo esta denominación, mientras que el COMERCAM afirma que la protección se extiende a los 570 municipios del Estado. En los hechos, esta discrepancia genera inconsistencias y convierte a la DOM en un instrumento de protección ineficaz de la producción, de la economía familiar solidaria y de comercio justo del mezcal artesanal y campesino para importantes regiones productoras de Oaxaca como la Mixteca, la cual se encuentra excluida.

Una denominación genérica del mezcal: comercialización injusta

Comprender la naturaleza inherente de las Denominaciones de Origen (DO) y la Denominación de Origen Mezcal (DOM) requiere un análisis basado en la justificación social y los principios estratégicos que fundamentaron su creación y cómo la estructura neoliberal capitalista supo utilizar dicha herramienta como un medio para incorporar al mezcal al Tratado de Libre Comercio (TLC) de 1994. Rodríguez (2004) concibe “los bienes con DO como formas materiales de intercambio que, al ser dotadas con prestigio y valor simbólico derivados de su especificidad de origen y autenticidad, objetivan un plus económico significativo para quienes las producen”.

Esto implica que las DO, desde una perspectiva globalizada son una herramienta que ofrecen una ventaja competitiva al restringir la producción de bienes geográficamente protegidos. Sin embargo, la tendencia de controlar la producción de un bien exclusivo, iniciada en el siglo XVIII, es en realidad un intento monopólico por dominar una parte del mercado global, eliminando los productos sustitutos y la competencia.

Así que más que proteger la historia, conocimiento y la tradición de un bien, las Denominaciones de Origen “son un fruto paradójico de la globalización neoliberal, ya que materializan el valor económico global depositado en las culturas” (Rodríguez, 2004). Esto implica que las Denominaciones de Ori-

gen (DO), en realidad actúan como herramientas para convertir determinadas características y productos culturales en bienes de alto valor económico.

Este proceso no solo reconfigura la comercialización de estos productos, sino que también los integra en las dinámicas del comercio global, donde enfrentan las fluctuaciones de la oferta y la demanda, junto con la constante presión para mantener o aumentar su rentabilidad en un mercado altamente competitivo, lo que pone en riesgo el control de las comunidades locales sobre sus tradiciones y recursos, ya que la búsqueda de rentabilidad global puede llevar a la estandarización, pérdida de la autenticidad cultural y a la comercialización de los productos no siempre justa para todos los integrantes de la cadena de valor. Las Denominaciones de Origen (DO) someten a los productores locales a dinámicas comerciales y empresariales que a menudo no comprenden, lo que permite el robo legal de la plusvalía generada por su trabajo fundamentalmente durante el proceso de comercialización.

Cuando se analiza la interacción dialéctica de la Denominación de Origen Mezcal y la NOM-070-SCFI-2016, así como la homogeneidad de los parámetros que se procura en la producción de mezcal, con la diversidad cultural, social, medioambiental, bioquímica y biotecnológica de la producción en distintas regiones de Oaxaca (Espinoza-Martínez et al., 2023). Es posible concluir sobre las profundas contradicciones e inconsistencias de una norma “inaplicable” a un contexto diverso y heterogéneo de las regiones productoras.

Esta interacción dialéctica implica que la diversidad y singularidad del mezcal en las distintas regiones de producción no es capaz de adaptarse al proceso de producción del mezcal descrito en la NOM-070-SCFI-2016, más que dejando de ser lo que han sido durante siglos de tradición: traicionarse a sí mismas. Sin embargo, el objetivo final de dichas regulaciones es facilitar la producción y comercialización masiva y homogeneizada de mezcal, bloqueando la producción tradicional de mezcal de las comunidades campesinas y por ende el no acceso a los mercados y comercio justo de su producción.

La DOM-1994 y la NOM-2016 han normalizado y generalizado la variedad de procesos productivos regionales del mezcal en México, permitiendo que envasadores y comercializadores puedan utilizarlas con gran discrecionalidad, desvinculando totalmente la simbólica biocultural que le precede a

cada proceso de producción, perdiendo representatividad y convirtiendo al mezcal en un producto genérico y común como las demás bebidas embriagantes que se comercializan en el mercado (Enríquez et al., 2024). En este sentido, la DOM y la NOM 070-2016 se caracterizan por lo siguiente:

- El factor humano no es considerado, lo que resulta en una falta de reconocimiento y valorización del trabajo de los productores locales.
- La generalización en el proceso de elaboración y comercialización del mezcal bloquea la producción tradicional y no permite el comercio justo de la espirituosa para pequeños productores campesinos e indígenas.
- Carece de sentido de responsabilidad social por las comunidades indígenas y campesinas y corroe los circuitos de economía familiar solidaria como la Guelaguetza y la “mano prestada”.
- La DOM carece de una comprensión integral sobre todos los componentes que intervienen en la protección de una región de procedencia.

Metodología

La presente investigación adoptó una metodología mixta, aplicada en cuatro comunidades productoras de mezcal: San Pedro Teozacoalco, San Luis Amatlán, San Carlos Yautepec y Santa Catarina Minas. El objetivo es comprender el contexto histórico y actual de estos municipios y evaluar el impacto de la Denominación de Origen del Mezcal (DOM) y la NOM-070-SF-CI-2016 en el bienestar social de las familias productoras.

Para ello, se desarrolló un estudio cualitativo de campo con enfoque etnográfico. Este enfoque incluyó la realización de entrevistas abiertas, así como la observación participante. Paralelamente, se llevó a cabo un análisis cuantitativo basado en la revisión documental, utilizando estadísticas generadas por organismos como el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) y el Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON).

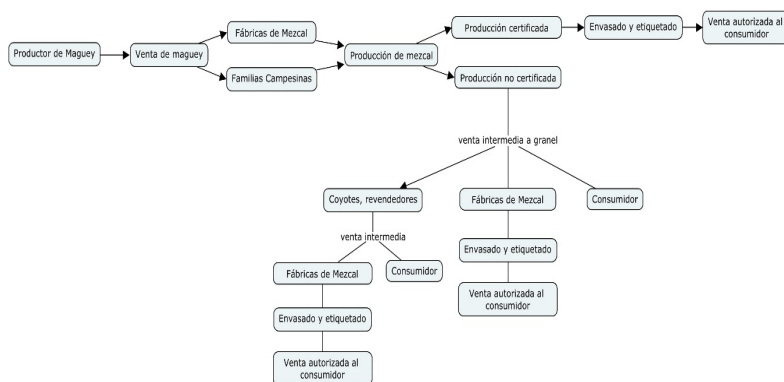


¿Comercio justo o robo legal de la riqueza campesina?

solidaria campesina, la subcontratación y la pobreza son las principales características que la definen. Al respecto, es necesario comprender la forma en la que opera la cadena productiva del mezcal, donde se sistematizan las operaciones y actividades necesarias para la producción de esta bebida (Palma et al., 2016).

La cadena productiva del mezcal no es un proceso lineal de estructura vertical constituido por 6 eslabones, la realidad es que funciona mediante una estructura semi-horizontal de subcontratación. Esta estructura les permite a las grandes empresas subcontratar pequeños productores, distribuidos en diferentes regiones a un bajo costo, y evitar involucrarse en todos los eslabones de la cadena productiva, reduciendo aún más los costos de producción y operación. Interviniendo únicamente en los últimos eslabones de la cadena, los más lucrativos.

Figura 3. Cadena Productiva del Mezcal



Fuente: elaboración propia

Lamentablemente, las familias campesinas productoras de mezcal no participan en las etapas más lucrativas del proceso (envasado y comercialización) por lo costoso de la certificación y los niveles de producción que no rebasan los 5 mil litros anuales. Por lo tanto, ante esta situación, las familias productoras se ven obligadas a comercializar el litro de esta bebida tanto al público general como intermediarios a un precio que varía entre los \$100 y \$300 pesos.

Por otro lado, los registros del COMERCAM reportaron para el año 2022 un precio promedio de \$662.55 MXN por botella de 750 ml para el mercado nacional. Mientras que, para el caso de las exportaciones, el precio promedio por litro fue de \$1,428.72 MXN por botella de 750 ml. Las estimaciones revelan como los mezcales con DO y certificación experimentan un incremento significativo en su precio tanto para el mercado nacional como el extranjero, en comparación con el precio fijado por los productores.

Sin embargo, al analizar dichas estimaciones de precio, y multiplicarlas por la cantidad de litros destinados para el mercado nacional y de exportación, también se puede estimar el valor económico total que generó la industria del mezcal para el Estado de Oaxaca en el año 2022. Considerando que el Estado fue responsable del envasado del 74.99 % de un total de 6,230,378 litros destinados al mercado nacional, lo que equivale a 4,672,160.46 de litros y del 75.27 % de un total de 8,543,324 litros destinados al mercado de exportación, equivalente a 6,430,559.97 de litros, se obtiene una riqueza generada por el mercado de exportación de aproximadamente \$9,187,469,640.34 MXN y para el mercado nacional de \$3,095,539,912.77 MXN. Al sumar ambos valores, resulta un total de \$12,283,009,553.11 MXN, lo que representa el 78.31 % del monto total obtenido en 2022, que ascendió a \$15,686,000,000.00 MXN.

No obstante, en Oaxaca, aproximadamente el 70 % de la producción total de mezcal es de origen campesino y no está certificado, lo que impide a las familias productoras comercializarlo a un precio justo en el mercado y las coloca en desventaja frente a los mezcales con DOM (Palma, 2023). Esta situación obliga a los productores no certificados a vender su producto a precios marginales o integrarse en cadenas de subcontratación, lo que intensifica la desigualdad dentro de la cadena de valor.

Por lo tanto, a pesar de que Oaxaca es el principal productor de mezcal a nivel global, y la industria ha experimentado un crecimiento del 1,343 % en los últimos años, los datos disponibles indican que ninguno de los municipios sujetos a investigación se ha beneficiado de esta riqueza, siendo que la producción de maguey y mezcal es su principal actividad económica, acompañada de la siembra de milpa de temporal y la recolección de alimentos silvestres. De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la tasa de pobreza de estos municipios se

ha mantenido por encima del 60 % desde el 2010. Además, continúan presentando altos niveles de rezago educativo y carencias sociales, a pesar del notable crecimiento económico de la industria.

Tabla 1. Situación de pobreza y carencias sociales en San Pedro Teozacoalco y Santa Catarina Minas (2010-2020)

	San Pedro Teozacoalco			Santa Catarina Minas		
Población total	2010	2015	2020	2010	2015	2020
	1,320	1,263	1,154	1,813	1,990	2,068
Porcentaje de la población en situación de pobreza	2010	2015	2020	2010	2015	2020
	96.1	98.2	91.6	75.8	79.7	65.1
Indicadores	2010	2015	2020	2010	2015	2020
Rezago Educativo	34.1	32.1	27.6	37.8	33.4	27.3
Carencia por acceso a los servicios de salud	66.3	15	32.2	50.6	19.5	25.7
Carencia por acceso a la seguridad social	63.4	82.4	81.7	86.4	85.4	83.2
Carencia por calidad y espacios de la vivienda	62.5	42.6	37.8	30.1	20.6	27.7
Carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda	70.4	89.1	84.4	84.7	78.1	73.5
Carencia por acceso a la alimentación	26.7	40.8	43.6	18.1	22.7	12.9

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

Tabla 2. Situación de pobreza y carencias sociales en San Carlos Yautepec y San Luis Amatlán (2010-2020)

	San Carlos Yautepec			San Luis Amatlán		
Población total	2010	2015	2020	2010	2015	2020
	5,307	4,019	10,825	3,613	3,756	3,831
Porcentaje de la población en situación de pobreza	2010	2015	2020	2010	2015	2020
	95.8	90.1	92	92.4	92.8	81.5
Indicadores	2010	2015	2020	2010	2015	2020
Rezago Educativo	45.2	29.9	31.7	46.7	42.3	38.6
Carencia por acceso a los servicios de salud	60.5	9.6	23.6	56	11.1	21.6
Carencia por acceso a la seguridad social	95.7	89.5	85.5	71.1	85.4	80.9
Carencia por calidad y espacios de la vivienda	47.8	22.1	29.4	18.9	18.6	15.6
Carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda	97.7	73.9	68.4	93.8	95.2	75.7
Carencia por acceso a la alimentación	33.1	38.3	29.7	37	6.7	19.4

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

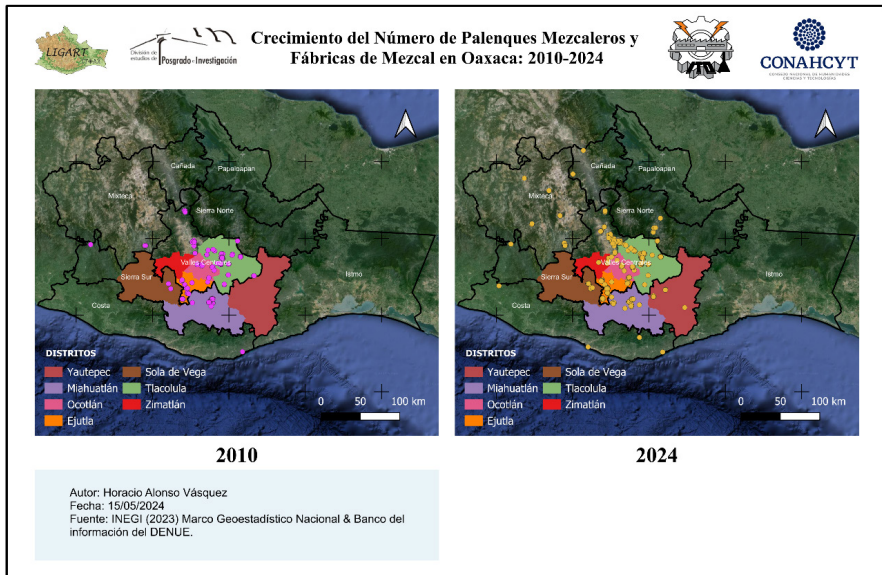
Esto revela la debilitada estructura social, económica y política de estos municipios, donde las familias productoras de mezcal enfrentan una competencia desigual y múltiples barreras que perpetúan su vulnerabilidad, permitiendo que otros actores se beneficien de su situación, conocimiento y recursos. Aunque es posible argumentar que otros factores inciden en la situación socioeconómica de estos municipios, la realidad es que la producción de maguey y mezcal constituye el eje central de su economía.

En el municipio de San Pedro Teozacoalco, aproximadamente el 60 % de la población depende de los ingresos generados por esta industria (Municipio de San Pedro Teozacoalco, 2020). En Santa Catarina Minas, se estima que el 26.11 % de la población activa está empleada en la producción de mezcal, mientras que el 53.56 % se dedica al sector primario, con el maíz y el agave mezcalero como principales cultivos (Municipio de Santa Catarina Minas, 2017).

Este municipio, reconocido como la cuna del mezcal ancestral, destaca no solo como un importante atractivo turístico del Estado, sino también como un referente global en la producción de mezcal (Municipio de Santa Catarina Minas, 2023). Por otra parte, San Carlos Yautepec y San Luis Amatlán se encuentran entre los cinco principales productores de maguey en los ámbitos nacional e internacional (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera [SIAP], 2023).

Sin embargo, a pesar de la importancia económica, social y tradicional del mezcal en estos municipios, sus planes de desarrollo municipal destacan que no reciben el apoyo de ninguna dependencia gubernamental y enfrentan numerosos desafíos desde la falta de infraestructura adecuada hasta la insuficiencia de recursos para mejorar sus procesos productivos. No obstante, esto no impide que la industria siga expandiéndose. En los últimos 13 años, el número de unidades económicas dedicadas a la producción de mezcal (palenques y fábricas), ha crecido de manera significativa. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2024) en 2010 se registraban 215 unidades económicas en este sector, mientras que en la actualidad esa cifra ha aumentado a 466, lo que representa un crecimiento del 116.74 % en las unidades de producción de mezcal en Oaxaca.

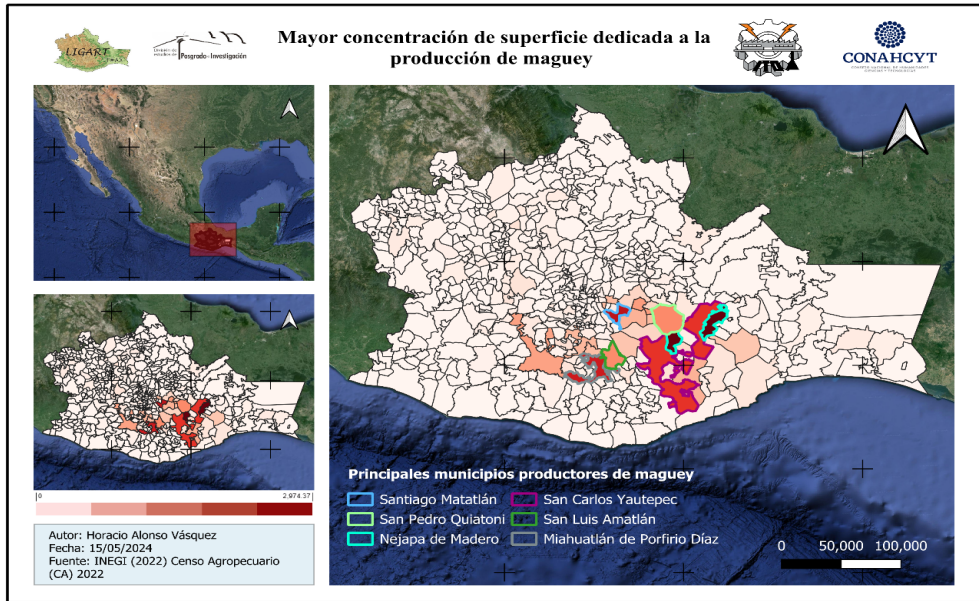
Figura 4. Palenques mezcaleros y fábricas de mezcal en Oaxaca



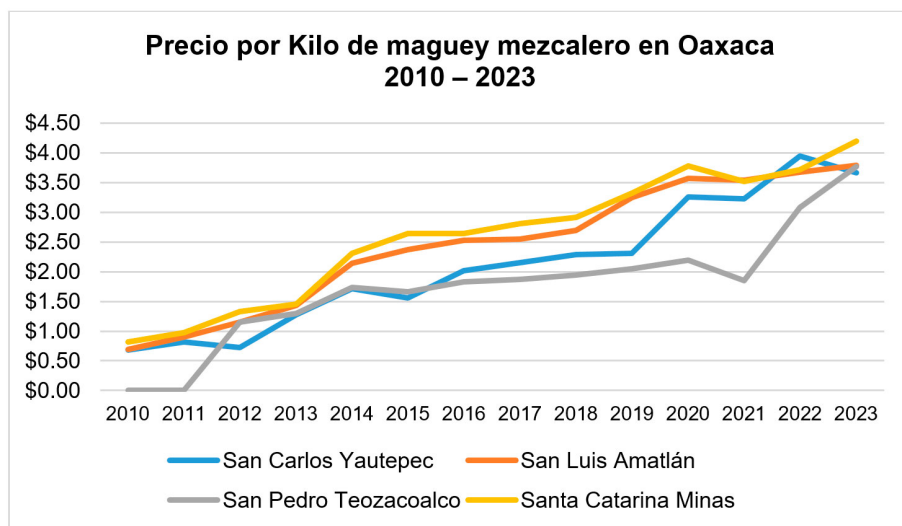
Por lo tanto, el crecimiento continuo de la industria del mezcal es una paradoja que refleja las profundas desigualdades estructurales en el sector. Por un lado, el mezcal es un éxito comercial en los ámbitos nacional e internacional para los grandes conglomerados que la comercializan, y por otro, para las familias campesinas creadoras históricas de la tradición y del 70 % de la producción total, se traduce en un comercio injusto de la bebida que los mantiene en pobreza permanente. La diferencia radica en una DOM diseñada para robar legalmente la riqueza campesina por parte de envasadores, coyotes y comercializadores.

Sin embargo, aunque esta problemática parece ser uno de los mayores desafíos de la industria, existen otros con el mismo nivel. La situación relacionada con el agave es aún más crítica para los principales municipios productores de maguey a nivel nacional e internacional. Según el INEGI (2023), los municipios con la mayor concentración de superficie dedicada a la producción de agave mezcalero—es decir, aquellos donde la mayor parte del territorio agrícola se destina al cultivo de maguey, predominando sobre otros tipos de cultivos—fueron Santiago Matatlán, San Pedro Quiatoni, Nejapa de Madero, San Carlos Yautepec, San Luis Amatlán y Miahuatlán de Porfirio Díaz.

Figura 5. Superficie dedicada a la producción de maguey en Oaxaca



Estos municipios también se destacaron por la cantidad de superficie sembrada de maguey (HA) en el 2022 y 2023, posicionándolos como el territorio de siembra más grande de agave mezcalero (maguey) a nivel nacional (SIAP, 2022; SIAP, 2023). Sin embargo, los beneficios económicos obtenidos por los productores son mínimos, y al igual que las familias productoras de mezcal, los productores de maguey se ven obligados a comercializar su producto a precios extremadamente bajos. En 2010, antes del auge de la industria, el precio promedio rural por kilogramo de maguey en los municipios sujetos a investigación era de \$0.73 MXN. A medida que la industria creció, los precios experimentaron un aumento, aunque de manera limitada, alcanzando un precio promedio rural de \$3.85 MXN por kilo de maguey. Sin embargo, estos incrementos resultan marginales en comparación con el crecimiento exponencial de la industria en su conjunto.

Figura 6. Precio por kilo del agave mezcalero

Fuente: Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON)

Si bien el precio por kilo o tonelada de maguey es extremadamente bajo, el costo ambiental que se paga es paradójicamente alto. Actualmente, el crecimiento de la industria, junto con la proliferación de fábricas capaces de producir a gran escala, han convertido al sector en insostenible, lo que ha resultado en el monocultivo de maguey, la tala ilegal de recursos forestales, la quema masiva de biomasa y el consumo desmesurado de recursos hídricos. Tales prácticas no solo comprometen la sostenibilidad de estos recursos a largo plazo, sino que también amenazan con destruir los ecosistemas en los municipios que abastecen a la industria con la materia prima y el producto terminado necesarios para satisfacer la demanda global.

La producción de mezcal implica el uso de tres insumos en particular: maguey, leña y agua. Para producir un litro de mezcal se necesitan entre 7 y 8 kilos de leña, aproximadamente 10 kilos de maguey y alrededor de 20 litros de agua (Palma et al., 2016). En un escenario donde las familias campesinas productoras tienen una producción limitada a 3,000 litros anuales de mezcal, se necesitarían aproximadamente 30 toneladas de maguey, entre 21,000 y 24,000 kilogramos de leña, y unos 60,000 litros de agua en territorios con importante estrés hídrico a lo largo del año.

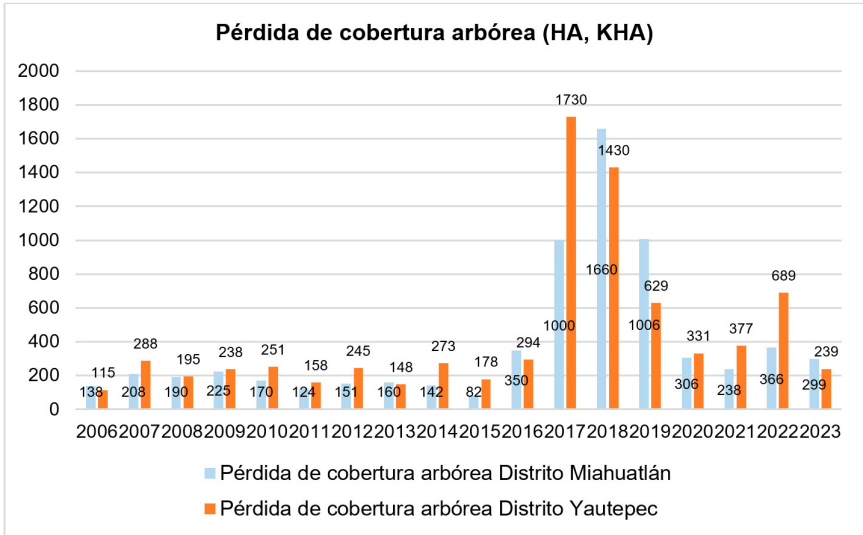
Sin embargo, cuando la producción es masiva, se intensifica la explotación de estos recursos. Para ilustrar esta realidad, se puede tomar como referencia la cantidad de mezcal exportado por Oaxaca en 2022. Durante ese año, Oaxaca exportó 6,430,560 litros de mezcal, lo que implicó el uso de aproximadamente 64,306 toneladas de maguey, entre 45,013,920 y 51,444,480 kilogramos de leña, y 128,611,200 litros de agua. Al evaluar el volumen total de mezcal producido a nivel global en 2022, que ascendió a 14,165,505 litros, se estima que se requirieron 141,656 toneladas de maguey, entre 99,158,535 y 113,324,040 kilogramos de leña, y 283,310,100 litros de agua.

Aunque la producción total de mezcal en el 2022 puede parecer modesta en comparación con otras bebidas alcohólicas, el análisis detallado de los recursos naturales necesarios para su producción revela una realidad inquietante: la cantidad de recursos requeridos para satisfacer la demanda anual es extremadamente alta y depredadora. Este hecho pone de manifiesto dos características inmutables de la industria actual del mezcal: su falta de sostenibilidad ambiental y el robo legal de la plusvalía campesina (producto del comercio injusto) como un medio indispensable para su subsistencia.

El mezcal es un producto cuya producción se regula bioculturalmente. A nivel campesino, cuando se respeta el ritmo natural de crecimiento del maguey, se emplea una cantidad limitada de agua y leña para producir una cantidad específica de mezcal, la producción no es destructiva. Sin embargo, la producción industrializada para satisfacer la demanda global coloca a los municipios productores de maguey y mezcal en una posición vulnerable frente a las fluctuaciones del mercado, los mantiene en pobreza permanente y es depredadora en materia ambiental. Esta problemática es evidente a nivel distrital, particularmente en los distritos de Miahuatlán y Yautepec, donde se encuentran los municipios de San Luis Amatlán y San Carlos Yautepec.

En los últimos años se ha registrado una pérdida significativa de cobertura arbórea, especialmente en el año 2016, coincidiendo con el inicio del crecimiento acelerado en la producción de mezcal, lo que podría atribuirse a la necesidad de expandir las áreas de cultivo de maguey y asegurar la disponibilidad de leña para la producción, con el fin de satisfacer la creciente demanda.

Figura 7. Pérdida de cobertura arbórea en los distritos de Yautepec y Miahuatlán



Fuente: Global Forest Watch

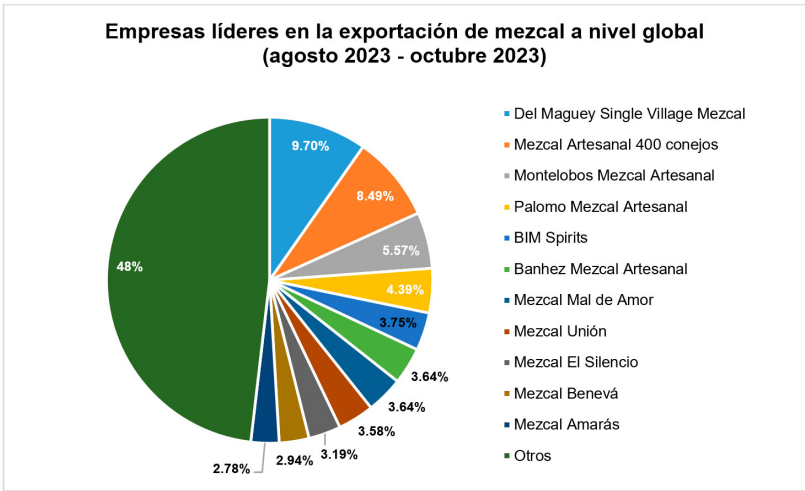
Sin embargo, más allá del impacto depredador de la industria, la gestión de estos recursos también es el reflejo de una falta de coordinación entre los componentes de la cadena de valor, el Estado y las familias productoras. La industria, enfocada en maximizar las ganancias, actúa sin considerar el impacto en los ecosistemas y en las comunidades que dependen de ellos.

El Estado no implementa políticas efectivas que fomenten una producción sostenible y equitativa, ni ha logrado integrar a las familias productoras en un marco de desarrollo que asegure beneficios justos para todos los involucrados. Por su parte, las familias productoras luchan por sobrevivir, priorizando sus necesidades inmediatas y comercializando de manera injusta la producción de mezcal, lo que los mantiene en pobreza permanente. Ante esta realidad, resulta inevitable cuestionarse: ¿quiénes son realmente los que se benefician económicamente de esta industria?

La exportación del mezcal genera las principales ganancias en el sector. Por lo tanto, identificar quienes controlan ese mercado es clave para entender quiénes dominan toda la industria. Un análisis de los registros aduaneros para el mezcal, correspondientes al periodo de agosto a octubre de 2023 y

con la clave 2208900500, reveló que solo 11 empresas en México controlan el mercado internacional del mezcal, la mayoría de ellas con sede de producción en el Estado de Oaxaca. Durante ese periodo, dichas empresas controlaron el 51.68 % de las exportaciones. Actualmente, estas marcas, especialmente Mezcal Del Maguey, Montelobos, Mal de Amor y Unión, siguen siendo las más vendidas a nivel internacional y en los Estados Unidos (Coss, 2024).

Figura 8. Empresas líderes en la exportación de mezcal a nivel global 2023



Fuente: Veritrade – Informe de comercio exterior (agosto-octubre 2023)

En solo tres meses, los líderes del mercado internacional del mezcal exportaron más de 50 mil litros, con costos de exportación y logística que superaron el millón de dólares. Por lo tanto, la pregunta clave de esta sección es: ¿quiénes son estas 11 empresas que controlan la industria? A continuación, se presenta una tabla con los principales líderes y sus aliados comerciales.

Tabla 3. Líderes de la industria del mezcal a nivel internacional y sus socios comerciales

Marca	Fundador	Propietario actual	Socio Comercial
Del Maguey Single Village Mezcal	Ron Cooper	Alexandre Ricard	Pernod Ricard
Mezcal Artesanal 400 conejos	Juan Francisco Beckmann Vidal	Juan Domingo Beckmann y Karen Beckmann	Sin aliados

Montelobos Mezcal Artesanal	Iván Saldaña Oyarzabal	Luca Garavoglia	Campari Group
Palomo Mezcal Artesanal	Carlos Méndez Blas	Carlos Méndez Blas	Madre Mezcal
BIM Spirits	Sin información disponible	Sin información disponible	Diageo
Bañez Mezcal Artesanal	Francisco Javier Pérez Cruz	Cooperativa de agricultores y productores Bañez, dirigidos por Francisco Javier	CNI Brands
Mezcal Mal de Amor	Armando Hernández Lorenzo y Álvaro Hernández	Armando Hernández Lorenzo y Álvaro Hernández	Bacardi Limited
Mezcal Unión	Alejandro Gutiérrez Champion, Antonio Vilches, José Islas y José Bezaury	Diageo	Diageo
Mezcal El Silencio	Fausto Zapata y Vicente Cisneros	Fausto Zapata y Vicente Cisneros	Constellation Brands
Mezcal Benevía	Pedro Mateo López	Familia López	Sazerac
Mezcal Amarás	Santiago Suarez Córdova	Santiago Suarez Córdova	Suntory Global Spirits

Fuente: Los datos sobre las alianzas comerciales se obtuvieron de boletines oficiales emitidos por las empresas involucradas.

Si bien las historias de éxito de estos empresarios en la industria del mezcal pueden ser fascinantes e incluso inspiradoras, el dominio del mercado internacional que se les atribuye no es un logro alcanzado de manera solitaria. La realidad es que detrás de estas marcas se encuentran como socios algunas de las empresas más poderosas de la industria de las bebidas alcohólicas por capitalización de mercado a nivel global, propiedad de las familias más adineradas del mundo.

Estas empresas no solo actúan como socios comerciales, sino que también han adquirido participaciones mayoritarias en muchas de estas marcas, convirtiéndose prácticamente en sus dueños. Por lo tanto, aunque estas marcas lideran el mercado internacional, los verdaderos líderes son las familias y conglomerados que las financian, controlando la infraestructura, producción y distribución global para mantener su dominio en la industria.

Tabla 4. Familias y empresas que controlan la industria del mezcal a nivel global

Empresa	Capitalización de mercado	Familia y propietario actual de la familia	Patrimonio Neto
Pernod Ricard	\$33,92 mil millones de dólares	Familia Ricard: Alexandre Ricard	7.4 mil millones de dólares
Becle	\$5,95 mil millones de dólares	Familia Beckmann: Juan y Karen Beckmann	4.6 mil millones de dólares y 3.2 mil millones de dólares
Gruppo Campari	\$10,61 mil millones de dólares	Familia Garavoglia: Luca Garavoglia	3.9 mil millones de dólares
Diageo	\$71,12 mil millones de dólares	Sin información disponible	Sin información disponible
Bacardí Limited	No cotiza en la bolsa	Familia Bacardí: Facundo Bacardí III	Se estima que supera los mil millones de dólares
Constellation Brands	\$43,93 mil millones de dólares	Familia Sands: Robert y Richard Sands	3.1 mil millones de dólares y 2.5 mil millones de dólares
Sazerac	No cotiza en la bolsa	Familia Goldring: William Goldring	6 mil millones de dólares
Suntory	\$10,45 mil millones de dólares	Familia Torri y Saji: Nobutada Saji	1.3 mil millones de dólares

Fuente: Los datos sobre las empresas de bebidas alcohólicas más grandes provienen de Global Ranking (2024). Los datos relacionados con las fortunas provienen de diversos reportes de Forbes (2023-2024).

En este sentido, el crecimiento de la industria mezcalera de los últimos años, junto con la implementación de regulaciones como la DOM y la NOM-070-SCFI-2016, ha propiciado un comercio injusto para las familias campesinas y un jugoso mercado para empresas nacionales y extranjeras. Coyotes y comercializadores con capital, infraestructura y amplias redes de distribución aprovechan las normativas diseñadas a su conveniencia para robar legalmente la riqueza campesina. Por su parte, las familias campesinas creadoras de la tradición luchan por sobrevivir como subordinados, maquiladores de mezcal y en pobreza permanente.

Conclusiones

En los últimos años, las Denominaciones de Origen han evolucionado adquiriendo una importancia estratégica en el sector agroindustrial. Estas denominaciones se han convertido en herramientas para la diferenciación en un mercado saturado, al asociarse con valores como la exclusividad, el

prestigio y la historia. Sin embargo, esto ha provocado que otros actores se interesen por explotar los beneficios económicos asociados a las DO, especialmente en escenarios donde las regulaciones resultan insuficientes o ambiguas, como es el caso de la DOM-1994 y la NOM-2016.

El caso de la DOM y su normativa ha implicado una desprotección de los territorios y de las comunidades creadoras de la tradición, negándoles el acceso a un comercio justo de esta espirituosa bebida. El diseño de la DOM y su normativa ha propiciado que un conocimiento colectivo y ancestral, beneficie sólo a coyotes y comercializadores, y ha exacerbado las desigualdades y la pobreza en los municipios analizados.

A pesar de todo, las Denominaciones de Origen continúan siendo una herramienta clave para el desarrollo regional. Sin embargo, para que sus principios sean efectivamente aplicables al contexto actual, deben centrarse en el bienestar de los productores locales, fomentando una colaboración equitativa con el sector empresarial y asegurando condiciones justas y sostenibles que favorezcan a las comunidades principalmente en la comercialización y sostenibilidad ambiental.

Por lo anterior, resulta imprescindible revisar y redefinir la Denominación de Origen Mezcal y la NOM-070-SCFI-2016, priorizando la protección del medio ambiente, reconociendo la identidad regional bioquímica de los mezcales, la preservación de la Simbólica Biocultural que permite la emergencia de la tradición, y finalmente, el acceso a un comercio justo que permita retribuir económicamente el trabajo de las familias campesinas creadoras de una tradición ancestral.

Referencias bibliográficas

Campari Group. (2024). *Results Presentation Full Year ended 31 December 2023* [PDF]. <https://www.camparigroup.com/en/documents-annual-report-2023>

Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM). (2023). *Informe Estadístico 2023* [PDF]. <https://comercam-dom.org.mx/estadisticas/>

- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2020). *Pobreza a nivel municipio 2010-2020* [Base de datos en línea]. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipio-2010-2020.aspx>
- Consejo Regulador del Mezcal (CRM). (2020) *El Mezcal: La Cultura Líquida de México*. Comité de certificación e imparcialidad. https://www.erstwhilemezcal.com/wp-content/uploads/2020/06/January-2020-Magazine_El_Mezcal_Spanish.pdf
- Constellation Brands. (16 de abril de 2019). *Constellation Brands Continues to Build Higher-End Spirits Portfolio with Minority Investment in Leading Mezcal Producer, El Silencio*. <https://www.cbrands.com/blogs/news/constellation-brands-continues-to-build-higher-end-spirits-portfolio-with-minority-investment-in-leading-mezcal-producer-el-silencio>
- Coss, S. (1 de marzo de 2024). *More mezcal sales numbers*. Mezcalistas. <https://www.mezcalistas.com/more-mezcal-numbers/>
- Diageo. (28 de enero de 2023). *Diageo completes acquisition of Casa UM*. <https://www.diageo.com/en/news-and-media/press-releases/2022/diageo-completes-acquisition-of-casa-um>
- Enríquez, R., Barriga, V., Cruz, F. D. J. P & López, C. (2024). *La simbólica biocultural del maguey tepeztate (A. marmorata) en la comunidad de San Isidro Tapanala, Yautepec, Oaxaca*, en Isidro Morales García (coord.) *Aspectos socioeconómicos del Agave Mezcal*. Editorial de la Universidad Tecnocientífica del Pacífico, 2024.
- Espinoza-Martínez, V.A.; Alvarez-Gutierrez, P.E.; Palma-Cruz, F.d.J.; Enríquez-Valencia, R.; Ramirez-Lopez, M.P.; Lopez-Sanchez, C.; Vazquez-Lopez, H.G. (2023). *Influence of the Biotechnological Process of Mezcal Fermentation on Yeast Diversity in Four palenques of Oaxaca, Mexico*. *Beverages* 2023, 9, 99. <https://doi.org/10.3390/beverages9040099>
- Forbes (2024). *Lista Forbes de los billonarios 2024: los más ricos del mundo incluidos los mexicanos; Slim es el 14, se incorporan los Coppel*. <https://forbesenespanol.com/fe/lista-forbes/2024-04-03/lista-forbes-de-los->

billonarios-2024-los-mas-ricos-del-mundo-incluidos-los-mexicanos-slim-es-el-14-se-incorporan-los-coppel

Forbes. (2024). *Luca Garavoglia*. <https://www.forbes.com/profile/luca-garavoglia/>

Forbes. (2024). *Nobutada Saji*. <https://www.forbes.com/profile/nobutada-saji/>

Forbes. (2024). *Richard Sands*. <https://www.forbes.com/profile/richard-sands/>

Forbes. (2024). *Robert Sands*. <https://www.forbes.com/profile/luca-garavoglia/>

Forbes. (2024). *William Goldring & Family*. <https://www.forbes.com/profile/william-goldring/>

Global Ranking. (2024). *Largest alcoholic beverage companies by market cap*. <https://companiesmarketcap.com/alcoholic-beverages/largest-alcoholic-beverage-companies-by-market-cap/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). *Censo Agropecuario (CA) 2022* [Base de datos en línea]. https://www.inegi.org.mx/programas/ca/2022/#datos_abiertos

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas* [Base de datos en línea]. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

Karlsson, P & B. (28 de agosto de 2023). *France's Richest People Who Own Vineyards*. <https://www.forbes.com/sites/karlsson/2023/08/28/frances-richest-people-who-own-vineyards/>

Municipio de San Carlos Yautepec. (2020). *Plan Municipal de Desarrollo Sostenible 2020-2022* [PDF]. http://sisplade.oaxaca.gob.mx/bm_sim_services/Planes Municipales/2020_2022_/125.pdf

- Municipio de San Pedro Teozacoalco. (2020). *Plan Municipal de Desarrollo 2020-2022* [PDF]. http://sisplade.oaxaca.gob.mx/bm_sim_services/PlanesMunicipales/2020_2022_/329.pdf
- Municipio de Santa Catarina Minas. (2017). *Plan Municipal de Desarrollo 2017-2019* [PDF]. <http://sitram.org.mx/v2/documentos/ef3c6a2b192417b93798513807b b5 c78.pdf>
- Municipio De Santa Catarina Minas. (2023). *Plan Municipal De Desarrollo De Santa Catarina Minas 2023-2025* [PDF]. http://sisplade.oaxaca.gob.mx/bm_sim_services/PlanesMunicipales/2023_2025_/368.pdf
- Palma, F. (28-29 de septiembre de 2023). *Formas de producción de agave y mezcal en Oaxaca y su actual impacto en la biodiversidad* [Discurso principal]. En 3er Congreso Nacional y 1er Congreso Internacional de Agave Mezcal, Oaxaca, México.
- Palma, F., Pérez P. & Meza, V. (2016). *Diagnóstico de la Cadena de Valor Mezcal en las Regiones de Oaxaca* [PDF]. <https://www.oaxaca.gob.mx/coplade/wp-content/uploads/sites/29/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/6.%20CV%20MEZCAL.pdf>
- Pérez, P., González, A. & Picado, W. (2018). *Saberes de Origen: Experiencias de México y CentroAmérica*. Universidad Nacional Autónoma De México.
- Pernod Ricard. (2023). *Integrated Annual Report FY23* [PDF]. <https://www.pernod-ricard.com/en/media/annual-report-20222023>
- Rodríguez, G. (2004). *El derecho a ostentar la denominación de origen: las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Secretaría de Gobernación. (12 de junio de 1997) *NORMA Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, Bebidas alcohólicas-Mezcal-Especificaciones*. Diario Oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4883475 &fecha=12/06/1997#gsc.tab=0

- Secretaría de Gobernación. (28 de noviembre de 1994). *RESOLUCION mediante la cual se otorga la protección prevista a la denominación de origen Mezcal, para ser aplicada a la bebida alcohólica del mismo nombre*. Diario Oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4768551&fecha=28/11/1994#gsc.tab=0
- Secretaría de Gobernación. (5 de septiembre de 1994). *EXTRACTO de la solicitud de declaración de protección de la denominación de origen Mezcal*. Diario Oficial de la Federación. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4735479&fecha=05/09/1994#gsc.tab=0
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). (2022). *Estadística de Producción Agrícola* [Base de datos en línea]. http://infosiap.siap.gob.mx/gobmx/datosAbiertos/ProduccionAgricola/Cierre_agr_mun_2022.csv
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). (2023). *Estadística de Producción Agrícola* [Base de datos en línea]. http://infosiap.siap.gob.mx/gobmx/datosAbiertos/ProduccionAgricola/Cierre_agr_mun_2023.csv
- Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON). (2023). *Estadísticas agroalimentarias de México* [Base de datos en línea]. <https://www.gob.mx/siap/documentos/siacon-ng-161430>
- Suntory Global Spirits. (14 de junio de 2023). *Beam Suntory Announces Strategic Partnership With Mezcal Amarás*. <https://www.suntoryglobalspirits.com/news/beam-suntory-announces-strategic-partnership-mezcal-amaras>
- Veritrade. (2023). *Informe de comercio exterior: Agosto-octubre 2023*. <https://www.veritradecorp.com/es/>

El entorno asociativo y su contribución a la Economía Social y Solidaria. Caso Santiago Matatlán

Armando Luna Fuentes¹, Cynthia Cruz Carrasco², Marcos Pedro del Carmen Ramírez López³, Denise Eugenia Chagoya Jacinto⁴

Resumen

La presente investigación aportará elementos empíricos de la asociatividad existente en los procesos productivos de la elaboración del mezcal, sus saberes y las barreras que se enfrentan en el sistema de producción, en sus capacidades organizativas y en la toma de las decisiones sociales, así como en cuanto a la organización de trabajo y la solidaridad. La investigación tiene un enfoque cualitativo, con la técnica de recolección bola de nieve en el que se eligieron a los participantes de acuerdo con su disponibilidad. Se emplearon herramientas como la observación participante, entrevistas semiestructuradas y un taller participativo. El grupo de estudio estuvo conformado por seis unidades familiares encabezadas por productoras de mezcal. Se analizaron las variables Economía Social y Solidaria (ESS) a partir del análisis de la dimensión social; y la variable entorno asociativo en sus dimensiones financiamiento y recursos humanos. Los resultados muestran que estas prácticas ancestrales no solo siguen siendo parte de la vida diaria, sino que también fortalecen la ESS, mismas que durante cientos de años se han podido transmitir de generación en generación dentro del núcleo familiar y la comunidad, logrando preservar sus sistemas de producción local y protegiendo sus recursos naturales a lo largo del tiempo.

Palabras clave: asociatividad, mezcal, Economía Social y Solidaria.

1 Doctor en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico y Doctor en Ciencias de la Administración. Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, México. Correo: armando.luna@live.com.mx; <https://orcid.org/0000-0002-0625-9844>

2 Doctora en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico, Estancia Posdoctoral CONAHCYT, Instituto Politécnico Nacional CIDIIR Oaxaca, México. Correo: ccruzca@ipn.mx; <https://orcid.org/0000-0001-9419-3381>

3 Doctor en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico. Profesor Investigador en el Instituto Tecnológico Campus Oaxaca, Oaxaca, México. Correo: marcos.rl@itoaxaca.edu.mx; <https://orcid.org/0000-0003-4745-7107>

4 Licenciada en Mercadotecnia Internacional. Estudiante de la Maestría en Gestión de Proyectos para el Desarrollo Solidario. Instituto Politécnico Nacional CIDIIR Oaxaca, Oaxaca, México. Correo: dchagoyaj2300@alumno.ipn.mx; <https://orcid.org/0009-0002-5979-7416>

The associative environment and its contribution to the Social and Solidarity Economy. Santiago Matatlán case

Abstract

The present research will provide empirical elements of the associativity existing in the productive processes of mezcal production, their knowledge, and the barriers faced in the production system, in their organizational capacities, and social decision-making, as well as in regarding work organization and solidarity. The research used a qualitative approach, with the snowball collection technique, in which the participants were chosen according to their availability. Tools such as participant observation, semi-structured interviews, and a participatory workshop were used. The study group comprised six family units headed by mezcal producers. The Social and Solidarity Economy (ESS) variables were analyzed based on the analysis of the social dimension, and the variable associative environment in its financing and human resources dimensions. The results show that these ancestral practices continue to be part of daily life and strengthen the SSE, which has been transmitted from generation to generation within the family nucleus and the community for hundreds of years, managing to preserve their systems. of local production and protecting its natural resources over time.

Keywords: associativity, mezcal, Social and Solidarity Economy.

Introducción

La Economía Social y Solidaria (ESS) se define como un conjunto de iniciativas sociales, económicas y culturales, que tiene por objetivo un cambio de paradigma basado en el trabajo colaborativo de las personas y en la propiedad colectiva de los bienes (Coraggio, 2011). Para referirse a la ESS, se

plantea su potencial en la medida en que no dependan de subsidios y sean efectivamente una opción para la reproducción de condiciones socioambientales, lo cual requiere diversas condiciones: arraigo local, diversidad, reciprocidad e interdependencia (Curiel-Avilés et al., 2024).

En general, la ESS incorpora valores universales tales como equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social, compromiso con el entorno natural y democracia directa. La asociatividad y cooperación son conceptos clave en el ámbito empresarial, donde se busca unir personas, empresas y organizaciones para lograr competitividad y desarrollo en el mercado (Cervajal et al., 2017).

Asimismo, la asociatividad es una herramienta estratégica para la articulación de empresas con proveedores y clientes. La asociatividad entre empresas implica decisiones estratégicas para coordinar acciones y alcanzar objetivos comunes. Esta cooperación permite fusionar recursos y capacidades, reducir costos, acceder a capital financiero, talento humano y tecnología, aumentando así la productividad. La teoría destaca la importancia de unir esfuerzos sin perder la independencia jurídica (González, 2003 citado en Narváez et al., 2008).

Revisión de la literatura

La revisión de la literatura estuvo basada en los aportes de ESS con base en los siguientes autores: Razetto (1999), Collin-Harguindeguy (2008), Villalba-Eguiluz y Pérez-de-Mendiguren (2019), Ávila-Romero y Ávila-Romero (2014) y Coraggio (2011). Por su parte, los aportes teóricos de la asociatividad se basaron en Villarreal y Villarreal (2002) citado en Narváez et al. (2008) y González (2003) citado en Narváez et al. (2008).

Economía Social y Solidaria

En la ESS, la reciprocidad se basa en relaciones de complementariedad y participación voluntaria, reconociendo la interdependencia. Según Villalba-Eguiluz y Pérez-de-Mendiguren (2019), los valores esenciales incluyen

humanismo, democracia, solidaridad, inclusión, diversidad y creatividad, los cuales promueven el desarrollo sostenible, la igualdad, la equidad, la justicia, el respeto y la integración entre países y pueblos, impulsando una economía plural y solidaria. En la tabla 1 se muestran los principios de la ESS.

Tabla 1. Principios de la ESS

Principio	Aspectos centrales	Aspectos enfatizados en el ambito organizativo
Equidad	Principio de justicia en la igualdad. Transparencia y acceso a la información.	Compensación de la diversidad de desventajas para todas las personas (género, edad, origen).
Trabajo	Dimensión humana, social, cultural y política Incluye el trabajo doméstico y de cuidados.	Trabajo para producir bienes y servicios socialmente útiles. Estabilidad y calidad en el trabajo (condiciones dignas).
Sostenibilidad ambiental	Reconocimiento de los derechos de la naturaleza. Reducción significativa de la huella ecológica. Ética de la suficiencia y austeridad.	Integración de la sostenibilidad en la gestión. Soberanía alimentaria.
Cooperación	Cooperación frente a la competencia dentro y fuera de las organizaciones (del nivel local al internacional).	Promoción de empresas cooperativas y redes horizontales. Generación de sinergias compartiendo conocimiento y recursos.
Sin fines lucrativos	La búsqueda de beneficio y la acumulación privada de capital no orientan la actividad	Autonomía de decisión respecto a fuentes de financiación externa (de origen público o mercantil).
Compromiso con el entorno	Participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio.	Implicación en redes y cooperación con organizaciones del tejido social y económico cercano.

Fuente: elaboración propia con base en la Carta de la Economía Solidaria (2011)

Asociatividad y Economía Social y Solidaria

La asociatividad busca objetivos coyunturales y estables, promoviendo la colaboración entre empresas para compartir riesgos y reducir costos. A largo plazo, algunas pueden independizarse (González, 2003 citado en Narváez et al., 2008). La ESS fomenta valores como equidad y justicia, impulsando circuitos económicos solidarios, comercio justo y consumo responsable a través de redes de cooperación (Coraggio, 2011).

Marco de referencia

El Estado de Oaxaca

El Estado de Oaxaca está localizado en la región sur oeste de pacífico mexicano: limita al norte con Puebla y Veracruz, al este con Chiapas, y al Oeste con Guerrero, se ubica en las coordenadas longitud $98^{\circ}33'09.72''$ W $93^{\circ}52'02.64''$ W, latitud $15^{\circ}39'25.92''$ N $18^{\circ}40'10.92''$ N (INEGI, 2020), tal como se observa en la figura 1. El Estado cuenta con ocho regiones las cuales son: Cañada, Costa, Istmo, Mixteca, Papaloapan, Sierra Norte, Sierra Sur y Valles Centrales.

La región de Valles Centrales está compuesta por 89 municipios inscritos en 7 distritos, básicamente, la cuenca oriental alta del río Verde, localmente llamado Atoyac. Sus distritos Etlá, Zimatlán, Ocotlán, Ejutla, Miahuatlán, Tlacolula y Centro se encuentran situados entre los 1150 y 1180 m/s/n/m presentan ecosistemas similares entre si y también diferentes microclimas, vegetación, hidrología, suelos y relieve, lo cual redundando en actividades diferentes. En la región de Valles Centrales se encuentra la mayor concentración humana del Estado, siendo la ciudad de Oaxaca y sus municipios conurbados su principal exponente. Por tanto, puede decirse que concentran cerca de la cuarta parte (el 23 %) de la población estatal (Álvarez, 2000).

En la actualidad, la zona tiene gran importancia económica y social, debido a su alta densidad de población, el hecho de ser la sede de los poderes políticos centrales y su poca capacidad productiva, los cuales generan un movimiento comercial sensible, ya que sus principales poblaciones y mercados confluyen a abastecerse gran parte de los comerciantes del Estado. Por otra parte, al ser la zona de mayor expansión demográfica, lo es de tensiones en mayor grado que otras, y por eso en ella los índices de criminalidad y de algunas inconformidades sociales se están elevando. El deficiente manejo económico que está haciendo en el país y obviamente en el Estado, está incrementando acciones que exacerban la pobreza, y como consecuencia, desarrollan todos los tipos de emigración y delincuencia (Álvarez, 2000).

Figura 1. Macrolocalización del Estado de Oaxaca



Fuente: elaboración propia con Qgis, (2024)

El municipio de Santiago Matatlán

Según datos del INEGI (2024), el municipio de Santiago Matatlán se localiza en la Región de los Valles Centrales, a 56 kilómetros, aproximadamente a una hora con veinte minutos de la ciudad de Oaxaca, pertenece al distrito de Tlacolula. Se ubica en las coordenadas 16º 52 ´ de latitud norte y 96º 23 ´ de longitud oeste, a una altitud de 1,740 metros sobre el nivel del mar, tal como se observa en la figura 2. Colinda al norte con el municipio de Tlacolula de Matamoros; al sur con San Dionisio Ocotepec; al oeste con San Lucas Quiavini, San Bartolomé Quialana y San Baltazar Chichicapan (este último pertenece al Distrito de Ocotlán); y al este con Tlacolula de Matamoros. Tiene una superficie aproximada de 126.31 km², lo que representa el 0.13 % del total del territorio del Estado. Santiago Matatlán está ubicado en una zona que es caracterizada por la producción de mezcal esto debido a que la tierra guarda propiedades que son aptas para la plantación y cosecha del maguey.

Figura 2. Localización del municipio Santiago Matatlán



Fuente: elaboración propia con Qgis, (2024)

Uso del suelo y potencial de la tierra

Santiago Matatlán es un municipio que al igual que la mayoría de los municipios del Estado de Oaxaca forma parte de un entono que es rural, es por ello que el uso del suelo es utilizado en gran medida para la agricultura. Según el INEGI (2020) está distribuido de la siguiente manera: Agricultura (32.14 %), zona urbana (1.45 %); Vegetación: Pastizal inducido (33.84 %), bosque (32.26 %) y selva (0.11 %), cuestión de potencia de la tierra cuenta con dos ejes dividido de la siguiente manera:

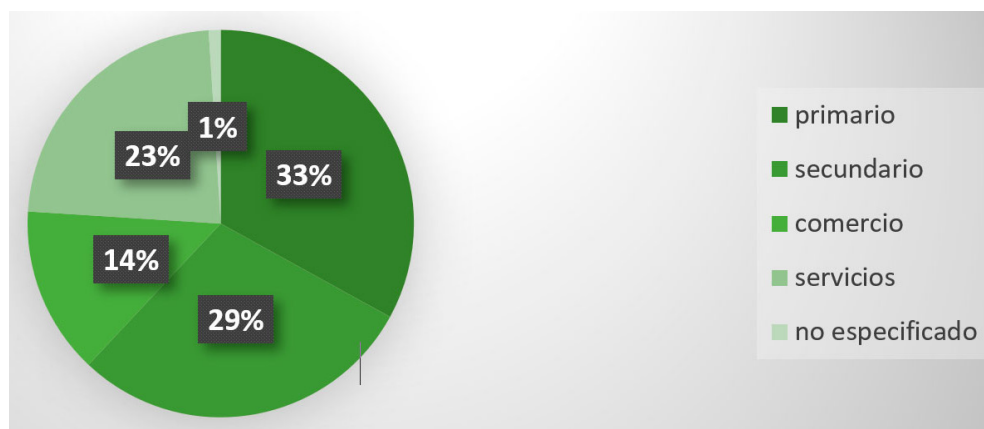
- **Agrícola:** para la agricultura mecanizada continua (24 %), para la agricultura manual estacional (20 %), no aptas para la agricultura (56 %).

- **Pecuario:** para el establecimiento de praderas cultivadas con maquinaria agrícola (24 %), para el aprovechamiento de la vegetación de pastizal (18 %).

Población ocupada por sectores económicos

En la figura 3 se muestra la población del municipio de Santiago Matatlán según su ocupación por sectores económicos. Se puede apreciar que el sector primario es el que tiene el mayor porcentaje, seguido del sector secundario.

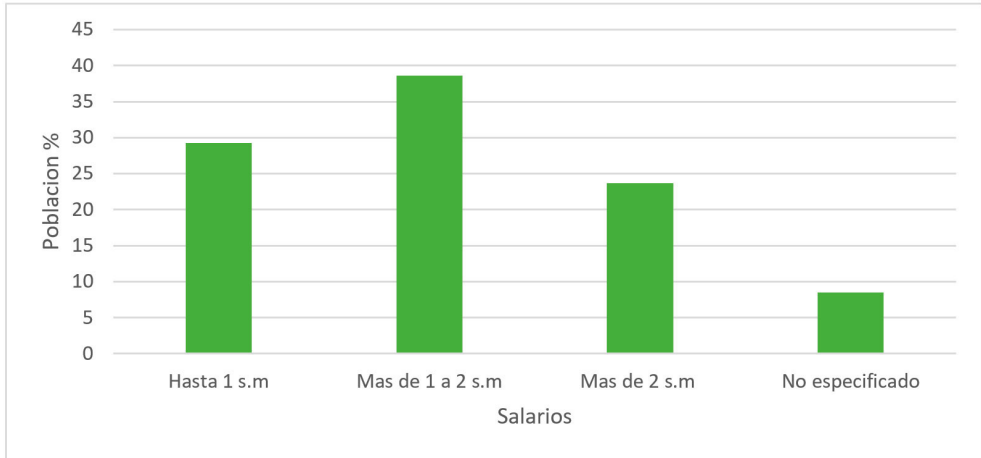
Figura 3. Población ocupada por sectores económicos



Fuente: elaboración propia con datos de la Encuesta Intercensal (INEGI, 2020)

Nivel de ingresos

Según el INEGI (2020), Santiago Matatlán cuenta con una población ocupada de 2,816 personas. El 29.23 % percibe 1 Salario Mínimo (s.m.), el 38.58 % percibe de 1 a 2 s.m. y el 23.66 % percibe más de 2 s.m., tal como se observa en la figura 4.

Figura 4. Población ocupada por nivel de ingresos

Fuente: elaboración propia con datos de la Encuesta Intercensal (INEGI, 2020)

Cultura

Santiago Matatlán es una comunidad donde el mezcal y el idioma zapoteco no solo son elementos culturales, sino también símbolos de identidad y orgullo. El mezcal acompaña las celebraciones y tradiciones, mientras que el idioma zapoteco conecta a sus habitantes con sus raíces ancestrales. Aunque muchos son bilingües, el uso de este idioma se mantiene principalmente en las personas mayores de 35 años.

La comunidad se caracteriza por usar el idioma zapoteco en sus reuniones y decisiones colectivas, reservando el idioma español para la interacción con autoridades externas. Más allá de su herencia cultural, Santiago Matatlán se destaca por sus tierras fértiles, ideales para el cultivo del maguey y la producción de mezcal de calidad internacional. Sin embargo, a pesar de esta riqueza cultural y económica, el municipio aún enfrenta desafíos sociales que requieren atención para avanzar hacia un desarrollo más equitativo y completo (García-Vásquez et al., 2018).

El sector mezcalero en México

Con base en datos del Consejo Regulador del Mezcal (CRM, 2017), el mercado del mezcal cuenta con el 1.5 % a nivel nacional en el rango de bebidas espirituosas; el precio promedio de una botella de 750 ml es de \$367 pesos en el canal mayorista, solo por debajo del Cognac cuyo precio oscila en \$689 y el Armagnac que tiene un precio estimado de \$632 lo que lo hace una de las bebidas más caras en el mercado, esto debido a que el 47.68 % del precio es por los impuestos añadidos a este producto. En la tabla 2, se mencionan los Estados incorporados a la denominación de origen del mezcal y su participación por número de municipios.

Tabla 2. Denominación de origen del mezcal

Estados	Año de incorporación	No de municipios	%
Oaxaca	1994	570	100%
Guerrero	1994	81	100%
Durango	1994	39	100%
San Luis Potosí	1994	58	100%
Zacatecas	1994	58	100%
Guanajuato	2001	2	4%
Tamaulipas	2003	11	25%
Michoacán	2013	29	26%
Puebla	2015	115	53%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal (2017).

El sector mezcalero en Oaxaca

Oaxaca es el Estado más importante en cuanto al cultivo, producción, envasado y comercialización del sistema-producto maguey-mezcal, cuenta con el 82 % de las unidades de servicio de todo el país, envasa el 65.1 %, produce el 83.5 % del mezcal y exporta el 91.1 % del mezcal que se envasa (CRM, 2017). Acorde con datos del Censo Palenquero (GIZ, 2016) en promedio la familia de los palenqueros es de cinco a siete miembros; el 80 % de los productores de mezcal trabajan 6 meses debido a que solo el 20 % cuenta con techo en el horno y el 87 % de los productores está ubicado en predios familiares (Luna, 2022).

El sector mezcalero en Santiago Matatlán

Acorde al Censo Palenquero GIZ (2016), Santiago Matatlán forma parte del distrito de Tlacolula en donde se siembra el 89.40 % de la producción de maguey y se cosecha el 50.54 %; Santiago Matatlán también es conocido como la capital mundial del mezcal, cuenta con el 12.6 % de la producción del mezcal en el Estado de Oaxaca, es habitado por 114 productores los cuales se encuentran en un alto grado de marginación; en cuanto a la edad el 22.4 % se encuentra en un rango de 41 a 60 años (Luna, 2022).

Metodología

El objetivo del presente trabajo fue contribuir a la literatura referente a ESS, desde un enfoque de núcleo familiar de los productores del municipio de Santiago Matatlán. La metodología ocupada fue cualitativa mediante observación participante, entrevistas semiestructuradas y un taller participativo. Se ocupó la técnica de recolección de datos “bola de nieve” en el que se eligieron a los participantes de acuerdo con su disponibilidad (Hernández & Mendoza, 2023).

El grupo de estudio estuvo conformado por seis unidades familiares encabezadas por productores de mezcal dentro del municipio de Santiago Matatlán. Se analizaron las variables ESS a través de la dimensión social (familia y comunicación) y la variable entorno asociativo a través de las dimensiones de financiamiento (beneficio económico) y recursos humanos (capacitación, empleo y seguridad en el empleo).

Resultados

Economía Social y Solidaria

La descripción de la Economía Social y Solidaria se realizó a partir del análisis de la dimensión social en la que se analizó el contexto familiar y la comunicación en los productores de los palenques mezcaleros:

Familia

Los individuos con un parentesco inmediato al productor de mezcal pueden ser hijos, hijas, cónyuges, padres o hermanos. Estos se involucran en la producción y venta de mezcal a una edad temprana. Las actividades realizadas son acordes a sus capacidades físicas.

“Bueno es que aquí no hay edad exacta, cómo vas creciendo te vas involucrando, ya conforme más grande y sin darte cuenta ya sabes todo porque te fuiste involucrando conforme fuiste creciendo”. (Luis García, hijo de una productora de Matatlán, 30 años).

En la niñez realizan actividades como cargar el bagazo, arrear el caballo en la molienda, llenar el cántaro de mezcal, ir al campo a observar la siembra o el corte de maguey, entre otras que requieran esfuerzo mínimo. Durante esta etapa, el productor es la cabeza de la familia y asume la responsabilidad de los gastos básicos.

“Yo cuando empecé a crecer, lo primero que me mandaron a hacer aquí con los mezcales es a echar el bagazo a un lado, cómo eso no pesa y ya después me mandaban a llenar el cántaro” (Pedro García, familiar de una productora de Matatlán, 34 años).

En la adolescencia y la adultez se incorporan poco a poco con trabajos que requieren un esfuerzo mayor, por ejemplo: colocar la leña y cargar el maguey en la etapa de cocción, revolver las tinas en el proceso de fermentación y controlar la temperatura del agua en la destilación como lo muestra figura 5; asimismo, pueden realizar actividades relacionadas con el envasado y la comercialización debido a los conocimientos obtenidos por el estudio y la experiencia

“Ya conforme eres más grande, ya ganas machucar, ya ganas revolver las tinas, ya conforme más grande, ganas más conocimiento [...]te vas involucrando y ya cuando llegas a los 18 años, pues si tu familia es mezcalera, pues prácticamente ya sabes todo” (Luis Antonio, familiar de una productora de Matatlán, 30 años).

Figura 5. Empleados en el proceso de molienda



Fuente: fotografía tomada en febrero de 2023

Cuando un integrante de la familia se encuentra en edad adulta, el productor deja de asumir los gastos debido a que económicamente el familiar es capaz de solventarlos. En estos casos, los integrantes de la familia, que sigan en el negocio de la producción y venta de mezcal, se vuelven socios del productor. La familia del productor se encuentra en un nivel definitivo porque tiene distintos atributos:

La familia tiene la capacidad de influir en la producción y venta de mezcal de dos formas: una cuando el productor trabaja con el fin de solventar los gastos y la otra cuando el productor, ya con familia adulta, toma en cuenta sus opiniones para gestionar el negocio. De esta manera tiene la capacidad para comunicar y defender sus propios intereses.

La producción y venta de mezcal es una actividad enseñada y aprendida por los miembros de la familia. Los intereses de estos pueden ejercer una presión constante en las decisiones del productor. Las demandas, intereses y expectativas legítimas de la familia se describen a partir del relevo generacional:

Relevo generacional: La familia considera importante que la producción y venta de mezcal siga perdurando en las generaciones venideras. En una etapa temprana se enseña el proceso de elaboración del mezcal, el cual es único y particular en cada palenque. La producción de mezcal es una fuente de trabajo digna y respetable, por lo tanto, debe seguirse realizando.

“Si pues mi mamá, nos decía a nosotros, nos lo decía a nuestros hermanos, me lo decía a mí, si tu dejas este trabajo pues quien lo va a seguir haciendo, imagínate pues, les da para comer cuando van a la escuela y pues les va a seguir dando cuando salgan de ella, entonces no es un trabajo temporal”. (Jorge Santos, hijo de un productor de Matatlán, 19 años).

Comunicación

La familia considera importante el diálogo con el productor. Escuchar las opiniones y sugerencias de los miembros de la familia con respecto a la producción y venta de mezcal, promueve que el productor mantenga un buen ambiente en su hogar y trabajo.

Entorno asociativo

La descripción del entorno asociativo se realizó a partir del análisis de las dimensiones financiamiento y recursos humanos. En la dimensión financiamiento, se analizó el beneficio económico en los productores de los palenques mezcaleros. En la dimensión recursos humanos, se analizaron la capacitación, el empleo y la seguridad en el empleo en los productores de los palenques mezcaleros.

Beneficio económico

Para la familia es importante obtener un beneficio económico de la producción y venta de mezcal. Este puede ser otorgado en efectivo, especie o de cualquier otra forma. En ocasiones, cuando la venta de mezcal no es rentable los familiares se conforman con solventar gastos básicos.

“En ocasiones no se gana mucho de la venta de mezcal, pero pues sale para los gastos [...] la verdad no nos buscamos hacer ricos de esto yo creo que los ricos ya están contados” (Lorena Jiménez, productora de Matatlán, 52 años).

Capacitación

Los familiares involucrados en la producción y venta de mezcal consideran la capacitación fundamental para un negocio exitoso. Los hijos del productor mejoran sus capacidades y experiencia tomando cursos, participando en conferencias o estudiando una carrera. Lo anterior mejora la planeación, organización, dirección y control de los recursos del negocio.

“Hemos tomado algunos cursos que da el Consejo Regulador del Mezcal, a veces nos llegan convocatorias y vamos, todo esto se hace para mejorar”. (hijo de un productor de Matatlán, palenque “Mezcal Gareja de Matatlán”, 25 años).

En la producción y venta de mezcal existen dos tipos de capacitación para los empleados, la interna y la externa.

Capacitación interna: este tipo de capacitación es tomada por los empleados que no tienen experiencia. La capacitación interna facilita la incorporación del empleado a su puesto de trabajo. Usualmente este tipo de capacitación es brindada por los empleados con mayor experiencia.

Se le muestra al trabajador el área que le guste para que le eche ganas, y que lo haga bien. Si es envasado, entra a ver cómo se rellena la botella, se le dice como etiquetar y ya que aprende, ya entra al negocio (empleada con experiencia en el área de envasado, 20 años).

Capacitación externa: este tipo de capacitación la pueden recibir trabajadores con o sin experiencia, los temas pueden ser relacionados con el área en que labora el trabajador. La capacitación es brindada por instituciones u organismos públicos y privados como la Secretaría de Economía, el Consejo Regulador del Mezcal, la Cámara Nacional de la industria del Mezcal, entre otros.

Vienen unas personas y ya te dicen que va a ver una capacitación y tienes que ir en tal parte, ellos te van recomendando a donde [...] más que nada en Oaxaca dan capacitación, el gobierno manda una invitación a cada fábrica. (empleada de ventas “Palenque mal de amores”, 45 años).

Los trabajadores, familiares y administradores no conocen en su totalidad los derechos laborales del trabajador. Estos implican temas relacionados con la seguridad e higiene en el lugar de trabajo, salarios, primas vacacionales, horarios de trabajo, entre otros aspectos. Lo anterior es en gran medida por la falta de capacitación, por la rotación laboral y por la forma en que se contrata al trabajador, que es en su mayoría verbal.

Empleo

Las actividades que realizan se encuentran presentes en los predios de maguey (cuidando, sembrando y cosechando agave), en el proceso productivo: cocción, molienda, fermentación y destilación, en el envasado, la venta, la distribución, el mantenimiento y la comercialización. La producción y venta de mezcal es una actividad familiar, muchos integrantes asumen un rol similar al de empleados, pero se diferencian de esos por el beneficio económico y la relación familiar - productor.

Los trabajadores son contratados generalmente de manera verbal y por temporadas. Enero-junio es el periodo donde los productores contratan más trabajadores. El número de trabajadores, la temporalidad y las tareas que realizan se encuentran en función de la productividad y del número de eslabones que posea el productor.

“A mí me contratan por día y por trabajo, en unos días me contratan para la tapada, a veces a la cosecha de maguey o en la machacada, pero siempre hay trabajo”. (Ángel Hernández, trabajador con experiencia en la producción de maguey y mezcal, 40 años).

Los trabajadores provienen de municipios colindantes a Santiago Matatlán: Tlacolula de Matamoros, San Dionisio Ocotepec, San Lucas Quiavini, San Bartolomé Quialana y San Baltazar Chichicapam son algunos de estos. El

salario que perciben es un mínimo de \$200 pesos y un máximo de \$400, trabajan de seis a ocho horas al día dependiendo del puesto de trabajo.

En el municipio existe escasez de mano obra, los trabajos que se realizan en el palenque y en el campo son los más demandados. Este tipo de trabajos requiere de hombres robustos y con experiencia. En los trabajos relacionados al envasado, comercialización, mantenimiento, distribución o venta se contrata a gente con o sin experiencia, de género masculino o femenino, mayores de edad y con educación básica, media o superior

Los empleados se encuentran en un nivel expectante porque tienen dos atributos:

debido a la escasez de mano de obra, el productor adapta su gestión y estrategia a los intereses que comunican y defienden los empleados al momento de ser contratados. Los empleados en Santiago Matatlán pueden ser contratados de manera escrita y verbal. Los productores generalmente contratan a sus trabajadores de manera verbal. En ese acuerdo los empleados y el productor establecen el horario laboral, las tareas a realizar, el salario, la temporalidad, el desayuno, la comida, el traslado, entre muchos otros factores.

Si bien los empleados influyen en la gestión y estrategia del productor, este no considera que ejerzan una presión para el negocio. La razón principal es que la mayoría de los colaboradores no asumen el compromiso de trabajar periodos de tiempo medianos o largos, de esta manera se concluye que el atributo de urgencia no se encuentra presente.

Las demandas, intereses y expectativas legítimas de los empleados se describen en las siguientes líneas:

El salario conforma uno de los principales intereses del trabajador. Con este monto económico el empleado sustenta los gastos personales y/o familiares. El monto que el productor de Santiago Matatlán paga a los trabajadores depende de las tareas que estos realizan. Aquellos que colaboran directamente en actividades relacionadas con la producción de maguey y de mezcal perciben al día entre \$300 y \$400 pesos. En contraste, los que colaboran en la comercialización, distribución, venta, mantenimiento, envasado o alguna

otra área pueden percibir de \$250 a \$400 pesos. En opinión del trabajador el sueldo es bueno en comparación con el salario mínimo.

“Si viene gente a trabajar aquí, de hecho, yo te podría decir que, a nivel estatal, aquí está el sueldo mejor pagado, aquí se cobra por día \$350, aquí casi son tareas. Por ejemplo, rellenar el molino de maguey, machacarlo, limpiarlo”. (trabajador familiar con experiencia en la producción de mezcal, 40 años).

En el caso de la producción de mezcal y de maguey, el tiempo laboral es aproximadamente de cuatro a seis horas, dependiendo de las tareas que realicen los trabajadores durante el día. El horario de entrada es entre 6:00 y 8:00 de la mañana y el de salida entre 12:00 y 3:00 de la tarde.

La mano de obra que no colabora directamente en actividades relacionadas con la producción de maguey y de mezcal trabaja un promedio de ocho a diez horas. El horario de entrada es de 7 a 8 de la mañana y el de salida de 4 a 5 de la tarde. Los empleados buscan trabajar con el productor que les ofrezca un horario de trabajo accesible, que les permita realizar sus actividades personales en el resto del día.

“Me gusta trabajar y saliendo del trabajo, pasar el tiempo con mi familia, por eso escojo el trabajo que voy a hacer, si entro más temprano como a las 7 a trabajar y solo me toca la tapada, salgo a buena hora como las doce o dos de la tarde” (trabajador familiar con experiencia en la producción de maguey y de mezcal, 40 años).

Seguridad en el empleo

Para los trabajadores es muy importante que el productor pueda ofrecer siempre un trabajo temporal o permanente. Dependiendo de la relación con el productor y de las actividades a realizar, el trabajador puede ser contratado semanal, mensual o anualmente.

“Lo importante es que siempre tengamos trabajo en el pueblo, aquí en Santiago Matatlán todas las personas se dedican a lo que es el mezcal, por ejemplo, aquí donde estamos, es en la orillita, pero la población es grande y

todos se dedican, hay fábricas que son más grandes y tienen más trabajadores todavía” (empleada de ventas, 45 años).

Los trabajadores que son contratados de manera verbal y que se dedican de manera directa a la producción de maguey y de mezcal, tienen la opción de elegir el tiempo, las actividades a realizar y con qué productor trabajar. Cuando alguno de estos termina la relación laboral con el productor, cualquiera que fuese la causa, tiene la opción de ir al centro del municipio y esperar a que otro productor lo contrate a tempranas horas del día.

Conclusiones

El grado de interconexión de los productores de mezcal del municipio Santiago Matatlán, se encuentra cuando estos trabajan juntos para lograr objetivos comunes que se manifiestan en la obtención de recursos financieros y en la comercialización y producción; esto a su vez genera más empleo directo e indirecto en la sociedad, influyendo así en la ESS de la localidad.

Finalmente, la asociatividad se da en cortos periodos de tiempo y mayoritariamente ocurre entre familias que tienen una actitud positiva para incrementar sus capacidades y habilidades para contribuir a mantener los objetivos de su empresa. En este sentido, la asociatividad representa una estrategia para que los productores compitan en un mercado que tiene la posibilidad de crecer día a día y alcanzar el estatus de grandes productores de mezcal.

Referencias bibliográficas

- Ávila-Romero, A., & Ávila-Romero L. E. (2014). Democracia económica y monedas sociales. *Revista Idelcoop*, 212.
- Álvarez, R. L. (2000). Geografía General del Estado de Oaxaca. Ed. Carteles.
- Carvajal, L., Ángeles, V., Rodríguez, O. (2017). El Programa de Trabajadores

Agrícolas Temporales entre México y Canadá y la inversión agrícola en el Estado de México. *Paradigma Económico*, 3(2), 61-84.

Collin-Harguindeguy, L. (2008). La Economía Social y Solidaria. Ed. DEI, Departamento Ecuménico de Investigaciones.

Coraggio, L. J. (2011). *Economía Social y Solidaria: El trabajo antes que el capital*. Ed. Abya-Yala.

Censo Palenquero GIZ. (2016). Asistencia de corto plazo para la realización del censo y evaluación de la situación actual de la cadena productiva de mezcal en el estado de Oaxaca. Oaxaca.

Consejo Regulador del Mezcal. (2017). Informe.

Curiel-Avilés, U. G., Paredes-Hernández, S. P., Aguilar-Cruz, C. & Guzmán-Javier, A. (2024). La Economía Social y Solidaria en Oaxaca, retos y oportunidades. En Fuente-Carrasco M., E., Gómez-Hernández L., & Bolaños-Escobedo E., I. *Retos de la academia para contribuir en el análisis de las políticas públicas hacia el desarrollo económico de Oaxaca: la perspectiva desde la Economía Social y Solidaria*.

García-Vásquez, A.J., Jaramillo-Villanueva, J.L., Vargas-López, S., Bustamante-González, A. & Barrera-Rodríguez, A.L. (2018). Tipología de las unidades de producción de mezcal artesanal del distrito de Tlacolula, Oaxaca, México. *AGROProductividad*, 11(12).

Hernández, R. & Mendoza, C. (2023). Metodología de la investigación. McGraw Hill.

INEGI. (2020). Compendio de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos Santiago Matatlán, Oaxaca clave geoestadística 20475.

INEGI. (2024). Aspectos Geográficos, Dirección Regional Sur. Dirección de Geografía. Órgano del Gobierno Constitucional del Estado Libre y Soberano de Oaxaca. No. 10, Tomo LXXXVIII.

- Luna, A. (2022). Asociatividad y el desarrollo económico local en los productores de mezcal pertenecientes a la cámara nacional de la industria del mezcal, ubicados en el municipio de Santiago Matatlán, Oaxaca, México. Tesis Doctoral. Instituto Tecnológico de Oaxaca.
- Narváez, M., Fernández G. & Senior A., (2008). El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica. *Núcleo punto fino*, 27(57).
- Razetto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. *Persona y Sociedad*, 13(2).
- Villalba-Eguiluz, U. & Pérez-de-Mendiguren, J.C. (2019). La Economía Social y Solidaria como vía para el buen vivir. *Revista iberoamericana de estudios de desarrollo*, 8(1), 106–136.

Comercio justo en la región noroeste de México: un análisis con el método SAW

Martín Isimayrt Huesca-Gastélum¹

Resumen

El comercio justo representa diversos beneficios para las partes interesadas, de ahí que, durante los últimos años, ha experimentado un crecimiento tan grande que ha captado la atención no sólo de responsables de las políticas, sino también de diversos académicos y organizaciones del sector privado. Sin embargo, aún existen pocos estudios que aborden su medición. Para reducir esa brecha en la literatura y generar nuevos aportes a la determinación de la variable en cuestión, el objetivo del presente trabajo fue medir el comercio justo de los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México a través del método SAW. La aplicación de esta técnica de análisis multicriterio permitió ordenar los estados mexicanos según el vector de ponderación de cada indicador, es decir, creó un ranking de acuerdo con el comercio justo de cada institución gubernamental. Los resultados indican que la mejor entidad federativa fue Durango por presentar mejores niveles en su desempeño, mientras que el Estado de Baja California fue la alternativa peor valorada. La información resulta útil para los tomadores de decisión porque los encargados de formular políticas, las empresas, los consumidores y diversas organizaciones podrán asignar sus recursos en función de sus áreas de oportunidad. Por último, el documento demostró la aplicación del método SAW para medir el comercio justo del quehacer estatal de la Región Noroeste de México.

Palabras clave: comercio justo, gobiernos estatales, región noroeste de México, método SAW, análisis multicriterio.

¹ Doctor en Gobiernos Locales y Desarrollo Regional. Profesor Investigador en Desarrollo de Negocios, Universidad Tecnológica de Culiacán, Sinaloa, México. Correo: martinhuesca@hotmail.com. <https://orcid.org/0000-0001-9551-7042>

Fair trade in the northwest region of Mexico: an analysis using the SAW method

Abstract

Fair trade represents various benefits for stakeholders, which is why, in recent years, it has experienced such great growth that it has captured the attention of policymakers, various academics, and private-sector organizations. However, there are still few studies that address its measurement. To reduce this gap in the literature and generate new contributions to the determination of the variable in question, this work aimed to measure fair trade in the state governments of the Northeast Region of Mexico through the SAW method. The application of this multicriteria analysis technique allowed the Mexican states to be ordered according to the weighting vector of each indicator, that is, it created a ranking according to the fair trade of each government institution. The results indicate that the best federal entity was Durango for presenting better levels of performance, while the state of Baja California was the worst-rated alternative. The information is useful for decision-makers because policymakers, companies, consumers, and various organizations will be able to allocate their resources based on their areas of opportunity. Finally, the document demonstrated the applicability of the SAW method to measure fair trade in the state activities of the Northwest Region of Mexico.

Keywords: Fair trade, state governments, northwest region of Mexico, SAW method, multicriteria analysis.

Introducción

Como lo señalan Dammert y Mohan (2015), el comercio justo se ha posicionado en diversos países en desarrollo como una alternativa para reducir la pobreza en los comercios locales y sus residentes. En algunos casos a

través de precios superiores en el pago de las facturas, en otros accediendo a mayores líneas de crédito. En otras palabras, la intención es abordar la injusticia creando igualdad de oportunidades para los productores y los consumidores.

Para Wang y Chou (2021), lo anterior también representa una ventaja para las familias receptoras porque mejora las condiciones de trabajo, aumenta sus ingresos y permiten la estabilidad financiera a largo plazo. Por esa razón, a finales de la década de 1990, el comercio justo creció rápidamente en todo el mundo y las empresas comenzaron a certificarse como una opción que impulsa el desarrollo social de sus trabajadores y el de las comunidades receptoras (Long & Murray, 2013).

En palabras de Hur et al. (2018), cerca del 60 % de los habitantes estadounidenses consumen productos de marcas certificadas con ese distintivo a pesar de pagar un sobreprecio. En 2018, adaptar estrategias más equitativas representó 11 mil 200 millones de dólares para la economía de algunas naciones. Además, grandes empresas como Nike o Amazon utilizaron diferentes modelos de negocio para apoyar las bondades de la comercialización solidaria (Gohary et al., 2023).

Sin duda, el comercio justo representa diversos beneficios para las partes interesadas, de ahí que, durante los últimos años, ha experimentado un crecimiento tan grande que ha captado la atención no sólo de responsables de las políticas, sino también de diversos académicos y organizaciones del sector privado (Ribeiro-Duthie et al. 2021; Gohary et al., 2023). Esa creciente importancia, comentan Andorfer y Liebe (2012), corresponde a gran cantidad de investigaciones publicadas en campos tan diversos como la agricultura, el marketing y la sociología.

De acuerdo con Wang y Chou (2021), existe un aumento en el número de estudios que abordan la variable en cuestión. Por un lado, varios autores han explicado el comportamiento de quienes consumen productos certificados. Pero por el otro, Ruben et al. (2009) señalan que diversos investigadores han explorado el impacto en los hogares y productores.

Ruggeri et al. (2019) argumentan que, a pesar de ser un campo de estudio reciente, ha sido abordado desde diferentes disciplinas que han utilizado

diversas metodologías y perspectivas, pero la evidencia empírica sobre su influencia social, económica y ecológica sigue siendo escasa. En consecuencia, a medida que este concepto gana cada vez más impulso, su medición ha sido relativamente inexplorada, lo cual dificulta su evaluación (Kutaula et al., 2022).

De ahí que, el objetivo del presente documento es medir el comercio justo de los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México a través del método SAW. La aplicación de esta técnica de análisis multicriterio permitió ordenar los Estados mexicanos según el vector de ponderación de cada indicador, es decir, creó un ranking de acuerdo con el comercio justo de cada institución gubernamental.

Para lograr el propósito de investigación, se decidió utilizar el enfoque propuesto por Ruben et al. (2009) por ser la mejor opción para medir y caracterizar el intercambio equitativo de las entidades federativas mexicanas, pero también porque se ha usado en diversas publicaciones en los últimos años.

Finalmente, este texto inicia con la presentación del marco teórico sobre la dimensión antes mencionada. Posteriormente, se define el método SAW y se presenta el uso de este instrumento para medir el quehacer estatal de la Región Noroeste de México de acuerdo con su comercialización igualitaria. Por último, se resumen las principales conclusiones del documento y se indican las referencias utilizadas.

Una revisión de la literatura sobre el comercio justo

En los últimos años, el comercio justo ha presentado un aumento en su popularidad por su capacidad para generar diversos beneficios en los productores, así como en las familias de las comunidades receptoras. Lo que se traduce en el mejoramiento de la calidad de vida y bienestar de los hogares (Ríos et al., 2015). Ese crecimiento acelerado, ha captado la atención de responsables de las políticas, pero también de diversos académicos que han abordado este campo desde diferentes enfoques y perspectivas (Ribeiro-Duthie et al., 2021).

Una investigación importante es la presentada por Ruggeri et al. (2019) porque examinan las investigaciones sobre la comercialización solidaria en las últimas décadas mediante un análisis bibliométrico. Los autores revisaron 876 artículos que fueron publicados por 1 mil 293 investigadores en la ISI Web of Knowledge Core Collection. Esa exploración permitió arrojar luz sobre la evolución de este concepto, encontrando que países como Estados Unidos de América, Inglaterra y Alemania son quienes dominan la literatura a través de gran cantidad de métodos.

Algo similar desarrollaron Andorfer y Liebe (2012) al ofrecer una visión general y el estado del arte de la variable en cuestión. Ellos analizaron 51 publicaciones en revistas científicas y organizaron los documentos según sus objetivos, encuadres teóricos e instrumentos de medición. Entre sus descubrimientos resalta la elevada aplicación de enfoques económicos en residencias estadounidenses, así como el sesgo en la administración de aspectos cualitativos como encuestas o entrevistas.

Por otra parte, Didier y Lucie (2008) estudiaron las preocupaciones ambientales y sociales en el consumo de productos con certificaciones en transacciones equitativas. Para lograrlo aplicaron el método experimental del mecanismo de Becker-DeGroot-Marshhak en donde suministraron chocolate tradicional y orgánico de comercio justo a un grupo de 102 consumidores. Los resultados mostraron que, aquellos bienes etiquetados como de comercialización solidaria, tienen mayor probabilidad de ser elegidos por las personas, en comparación con los que carecen de este distintivo.

Brunner (2014) aplicó la teoría de la neutralización para realizar un estudio similar debido a que buscó explorar las razones por las que los clientes deciden adquirir productos certificados. Se enviaron 620 encuestas por correo postal utilizando direcciones aleatorias. Posteriormente, para analizarlas se hizo un análisis de componentes principales, así como una regresión lineal. Lo anterior, permitió descubrir que este encuadre teórico puede usarse como predictor del comportamiento de compra de las personas.

Otra exploración interesante es la propuesta por Gillani et al. (2021) ya que ellos informaron sobre el impacto de la proximidad física, social y psicológica en el compromiso de los consumidores para acceder a artículos con las etiquetas de justos. Con base en una muestra aleatoria de 323 comprado-

res británicos y utilizando modelos de ecuaciones estructurales, encontraron que altos niveles de proximidad conducen a un alto grado de responsabilidad por comprar esas mercancías.

Continuando con ese orden de ideas, Wang y Chou (2021) presentaron un estudio sobre las normas personales y la actitud de los usuarios como elementos que influyen en la compra de los bienes certificados. Recolectando datos de 398 estudiantes universitarios y aplicando un modelo de ecuaciones estructurales, se reveló que los valores y costumbres de los individuos afectan en la intención de compra de esos productos, en donde un sentimiento de compromiso eleva la probabilidad de adquirir mercadería equitativa.

Preocupados por las cuestiones éticas, Zerbini et al. (2019), investigaron la importancia de las actividades de comunicación de comercio justo y la empatía emocional como aspectos que alteran el proceso de toma de decisiones de compra de chocolate. Los autores aplicaron una encuesta por correo a 199 habitantes italianos y usando un diseño factorial, se logró comprobar la hipótesis, encontrándose que, las estrategias de marketing donde se mencionan las certificaciones de esta mercancía despertaron emociones positivas en los consumidores y, a su vez, aumentó su deseo por comprar ese tipo de chocolates.

Del mismo modo, Konuk (2019) realizó su investigación para comprender cómo la conciencia por la equidad social, la preocupación por el medio ambiente y la confianza en la etiqueta afectan la disposición de los clientes a comprar y pagar un poco más por alimentos certificados. Aplicando una encuesta, se encontró que entre más consciente es la persona sobre un producto, más tiende a adquirirlo. Por el contrario, si no confía en el sello, su compromiso por adquirirlo desaparece.

En contraste, Lyall y Havice (2019) presentan un análisis de las evaluaciones de impacto en el caso de mercancías selladas con el distintivo de comercialización solidaria. Para lograrlo, exploraron las plantaciones de flores cortadas, así como su proceso de certificación. Con la información recolectada por la experiencia del consultor Campell, demostraron que las empresas buscan cada vez más lograr esta distinción, por lo que, recurren a diversos expertos y métricas para mejorar sus procesos y usar esa evidencia como resultado de su desarrollo en el comercio justo.

Otro estudio relevante es el propuesto por Ruben et al. (2009) ya que, muestran una evaluación detallada sobre los efectos del comercio justo. Con base en 700 productores de café y banano en Perú y Costa Rica, así como la aplicación del método de emparejamiento por puntaje de propensión, se determinó que el ingreso y gasto de los hogares, pero también el nivel de bienestar, son algunos elementos que determinan los grados de comercio justo de los territorios, mismos que pueden usarse como indicadores para realizar la medición en cuestión.

Por otro lado, Chiang (2016) llevó a cabo una investigación en cafeterías y tiendas de café de Taiwán para proponer un modelo de toma de decisiones de criterios múltiples para identificar las determinantes de compra de los productos certificados como comercios solidarios. Según los 23 criterios estudiados a través del proceso analítico jerárquico, se identificó el valor del producto, el reconocimiento de la percepción y la etiqueta como las principales dimensiones para medir esta variable.

Por su parte, Ruckli et al. (2022) realizaron una exploración sobre la sostenibilidad de las granjas criadoras de cerdo. Dentro de su análisis incluyeron algunos indicadores sobre la comercialización equitativa. En total, clasificaron la información de 126 negocios mediante una herramienta de evaluación multicriterio y lograron señalar a los ingresos y gasto de las empresas como reactivos que aportan al bienestar de los empresarios, así como el de sus empleados y familiares.

Finalmente, Araya-Pizarro y Araya-Pizarro (2019) evaluaron los mercados internacionales del intercambio solidario de la Región de Coquimbo, Chile. Según datos de 28 países certificados y utilizando el proceso analítico jerárquico, fue posible determinar que los territorios de América del Norte y Canadá representan las mejores opciones para el comercio justo internacional chileno, mientras que Nueva Zelanda y Australia son las naciones menos atractivas. La aplicación de esta metodología facilita el diseño exitoso de estrategias de exportación de acuerdo con los productos certificados dentro de un estado.

Sin duda, existe diversidad de estudios que abordan el comercio justo. Sin embargo, para este documento, los enfoques de utilidad son el propuesto por Ruben et al. (2009), ya que estos autores han desarrollado algunos

indicadores que permiten medir el comercio justo de la Región Noroeste de México a nivel estatal. Por esta razón, este documento optó por utilizar esta perspectiva teórica. Además, con la propuesta de este estudio se reduce el rezago teórico y metodológico, por lo tanto, se contribuye a la generación de conocimiento desde esta perspectiva en cuestión.

Método SAW

Este enfoque de análisis multicriterio es una herramienta que permite evaluar alternativas de forma sencilla y rápida (Afshari et al., 2010; Fadafan et al., 2018). Para aplicarlo se deben seguir algunos pasos:

Paso 1. Se definen los indicadores que se utilizarán para llevar a cabo la medición.

Paso 2. Se señalan las alternativas que serán evaluadas.

Paso 3. Se crea la tabla con el puntaje de cada alternativa.

Paso 4. Se aplica la teoría de construcción personal propuesta por Roger et al. (2000) para construir la matriz de comparación que será usada para confrontar los criterios entre sí (tabla 1).

Tabla 1. Escala de valoración de la teoría de construcción personal

Intensidad de importancia	Definición	Explicación
1	Igual	La importancia entre ambos es igual
2	Muy baja	La importancia de uno respecto del otro es muy baja
3	Baja	La importancia de uno en comparación con el otro es baja
4	Alta	La importancia de uno en contraste con el otro es alta
5	Muy alta	La importancia de uno en relación con el otro es muy alta

Fuente: elaboración propia.

Paso 5. Se construye la matriz de decisión ($m \times n$) que incluye las alternativas a evaluar, así como los criterios utilizados. Asimismo, se normalizan los datos de los indicadores positivos aplicando la fórmula:

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j^{max}} \quad i = 1, \dots, m, \quad j = 1, \dots, n \quad (1)$$

mientras que los reactivos negativos se normalizan mediante la siguiente expresión:

$$r_{ij} = \frac{x_j^{min}}{x_{ij}} \quad i = 1, \dots, m, \quad j = 1, \dots, n \quad (2)$$

donde r_{ij} es el valor de calificación de desempeño normalizado, x_j^{max} es el número máximo de r en la columna j , x_j^{min} es el número mínimo de r en la columna j , y x_{ij} es el valor del atributo que posee cada criterio.

Paso 6. Cada alternativa A_i se evalúa con la definición:

$$A_i = \sum_{j=1}^n w_j r_{ij} \quad (3)$$

donde A_i es cada alternativa a evaluar, r_{ij} es el valor de calificación de desempeño normalizado de la i th alternativa a los j th criterios, y w_j es el criterio ponderado.

Paso 7. Con los cálculos de todas las determinaciones para cada alternativa, se realiza la sumatoria de todas las opciones evaluadas. Con esta información, se crea un orden descendente de las alternativas para indicar la mejor y la peor.

Medición del comercio justo de la región noroeste de México con el método SAW

El presente estudio tiene como objetivo medir el comercio justo de los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México mediante la aplicación del método SAW. Para lograrlo se llevaron a cabo los pasos de la sección 3:

Paso 1. Los indicadores utilizados para realizar la medición se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Indicadores para medir el comercio justo

Identificador	Explicación	Categoría
INH	Ingreso de los hogares	Indicador
GAH	Gasto de los hogares	Indicador
GAF	Gasto total en financiación	Indicador
NIB	Nivel de bienestar	Indicador
SPM	Sueldo promedio de las mujeres	Indicador
SPH	Sueldo promedio de los hombres	Indicador

Fuente: elaboración propia.

Paso 2. Las alternativas evaluadas se presentan en la tabla 3.

Tabla 3. Gobiernos estatales de la Región Noroeste de México

Identificador	Explicación
A1	Baja California
A2	Baja California Sur
A3	Chihuahua
A4	Durango
A5	Sinaloa
A6	Sonora

Fuente: elaboración propia.

Paso 3. La puntuación de las alternativas según los criterios se puede observar en la tabla 4.

Tabla 4. Puntaje para cada alternativa

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
INH	77339	73285	68721	57429	63671	69970
GAH	42259	40850	31760	32981	38900	37411
GAF	4121975581	1184246471	4317051249	1459283278	4020175347	4332973553
NIB	94.6	94.6	94.6	94.6	94.6	94.6
SPM	7098	11730	9180	8271	9265	8118
SPH	8350	13800	10800	9730	10900	9550

Fuente: elaboración propia.

Paso 4. Se determinan los pesos a utilizar. Para ello se extrajeron las opiniones de tres expertos en comercio justo utilizando la escala de la teoría de construcción personal. La matriz que se construyó con esta información se presenta en la tabla 5.

Tabla 5. Pesos de los criterios por la matriz de comparación

	INH	GAH	GAF	NIB	SPM	SPH	SUMA	PESO
INH	1.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	24.00	32%
GAH	0.20	1.00	3.00	5.00	5.00	5.00	19.20	26%
GAF	0.20	0.33	1.00	3.00	3.00	3.00	10.53	14%
NIB	0.20	0.20	0.33	1.00	5.00	5.00	11.73	16%
SPM	0.25	0.20	0.33	0.20	1.00	5.00	6.98	9%
SPH	0.25	0.20	0.33	0.20	0.20	1.00	2.18	3%
TOTAL							74.63	100%

Fuente: elaboración propia.

Paso 5. Se crea la matriz de decisión incluyendo las alternativas y criterios. Esto se hace aplicando la fórmula 1 para los indicadores positivos, mientras que la fórmula 2 se aplica para los negativos. En este documento, la fórmula 1 se aplicó en todos los reactivos por ser de naturaleza positiva. Los resultados se pueden ver en la tabla 6.

Tabla 6. Matriz de decisión

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
INH	0.74	0.78	0.84	1.00	0.90	0.82
GAH	0.75	0.78	1.00	0.96	0.82	0.85
GAF	0.29	1.00	0.27	0.81	0.29	0.27
NIB	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
SPM	1.00	0.61	0.77	0.86	0.77	0.87
SPH	1.00	0.61	0.77	0.86	0.77	0.87

Fuente: elaboración propia.

Paso 6. Se evalúa cada alternativa aplicando la fórmula 3. La información de los resultados se presenta en la tabla 7.

Tabla 7. Resultados de las alternativas evaluadas

	A1	A2	A3	A4	A5	A6
INH	0.24	0.25	0.27	0.32	0.29	0.26
GAH	0.19	0.20	0.26	0.25	0.21	0.22
GAF	0.04	0.14	0.04	0.11	0.04	0.04
NIB	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16	0.16
SPM	0.09	0.06	0.07	0.08	0.07	0.08
SPH	0.03	0.02	0.02	0.03	0.02	0.03
SUMA	0.75	0.82	0.82	0.95	0.79	0.79

Fuente: elaboración propia.

Paso 7. Con la información de la tabla 7, se crea el siguiente ordenamiento descendente de las alternativas:

$$A4 > A2 > A3 > A5 > A6 > A1$$

De acuerdo con el ranking presentado en el paso anterior, es posible afirmar que los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México con los mejores niveles en su evaluación son Durango y Baja California Sur. Por otro lado, Sonora y Baja California resultaron ser las entidades federativas con valoraciones más bajas, mientras que Chihuahua y Sinaloa se posicionaron en la parte media del ordenamiento, alcanzando el puesto 4 y 5, respectivamente.

También es posible notar que, para los territorios con las mejores mediciones resultó una oportunidad presentar altos valores en los criterios INH y GAH ya que esta fortaleza les permitió ubicarse en los primeros lugares del ranking. Sin embargo, para las instituciones públicas de la parte baja, los indicadores GAF y SPH representaron una debilidad e hicieron que se colocaran como las peores alternativas.

Por lo tanto, se puede argumentar la influencia que ejercen los criterios para alterar las mediciones decrecientes de los Estados mexicanos. En consecuencia, cuando un indicador sea más importante que los demás, el desempeño del quehacer estatal puede mejorar o empeorar en ese criterio y, a su vez, en su ubicación dentro de la clasificación.

Finalmente, es importante visualizar qué tanto puede modificar el comercio justo de los gobiernos estatales con la opinión de los tomadores de decisión o con la relevancia de cada ítem. Asimismo, con la aplicación del método SAW, fue posible apreciar aquellos elementos que podrían representar una oportunidad no sólo para los responsables de formular políticas, sino también para las empresas, los consumidores o diversas organizaciones encargadas de la asignación de recursos dentro de los territorios estatales mexicanos.

Conclusiones

En este texto se presenta la medición del comercio justo de los gobiernos estatales de la Región Noroeste de México a través del método SAW, una herramienta de análisis de criterios múltiples que permitió confrontar los distintos grados de comercio justo con base en diferentes vectores de ponderación, es decir, creó un ranking de las entidades federativas en función de la importancia de cada indicador.

Los resultados indican a Durango como la entidad federativa con mejores niveles en su evaluación, mientras que Baja California resultó ser el territorio estatal peor valorado. Sin duda, el empleo de este instrumento representa una ventaja para los tomadores de decisión porque los encargados de formular políticas, las empresas, los consumidores y diversas organizaciones podrán asignar recursos en función de sus áreas de oportunidad.

Para futuras investigaciones, se debe realizar la aplicación de técnicas multicriterio combinadas con herramientas de lógica difusa como el operador OWA (Huesca-Gastélum & León-Santiesteban, 2021), el OWA descendente o ascendente (Huesca-Gastélum et al., 2022) o el OWA pesado (León-Castro et al., 2018). Asimismo, es necesario hacer una medición más extensa utilizando información de todas las regiones de México, así como la de gobiernos de otros países.

Referencias bibliográficas

- Afshari, A., Mojahed, M., & Yusuff, R. (2010). Simple additive weighting approach to personnel selection problem. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 1(5), 511-515.
- Andorfer, V., & Liebe, U. (2012). Research on fair trade consumption: a review. *Journal Business Ethics*, 106, 415-435.
- Araya-Pizarro, S., & Araya-Pizarro, C. (2019). Priorización multicriterio de mercados potenciales de comercio justo. *Información Tecnológica*, 30(5), 309-318.
- Brunner, T. (2014). Applying neutralization theory to fair trade buying behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 38(2), 200-206.
- Chiang, Y. (2016). What determinants matter on fair trade products purchase: a case study of Taiwan. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 10(4), 384-398.
- Dammert, A., & Mohan, S. (2015). A survey of the economics of fair trade. *Journal of Economic Surveys*, 29(5), 855-868.
- Didier, T., & Lucie, S. (2008). Measuring consumer's willingness to pay for organic and fair trade products. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5), 479-490.
- Fadafan, F., Danehkar, A., & Pourebrahim, S. (2018). Developing a non-compensatory approach to identify suitable zones for intensive tourism in an environmentally sensitive landscape. *Ecological Indicator*, 87, 152-166.
- Gillani, A., Kutaula, S., Leonidou, L., & Christodoulides, P. (2021). The impact of proximity on consumer fair trade Engagement and purchasing behavior: the moderating role of empathic concern and hypocrisy. *Journal of Business Ethics*, 169, 557-577.

- Gohary, A., Madani, F., Chan, E., & Tavallaei, S. (2023). Political ideology and fair-trade consumption: A social dominance orientation perspective. *Journal of Business Research*, 156, 113535.
- Huesca-Gastélum, M., & León-Santiesteban, M. (2021). Ranking the competitiveness of tourist destinations: An analysis using the OWA operator and the SAW method. *Inquietud Empresarial*, 21(2), 15-34.
- Huesca-Gastélum, M., Delgadillo-Aguirre, A., León-Santiesteban, M., & León-Castro, E. (2022). Ranking of innovation and sustainability of tourist destinations in Sinaloa: An analysis with the Ordered Weighted Average Operator. In: León-Castro, E., Blanco-Mesa, F., Alfaro-García, V., Gil-Lafuente, A., Merigó, J., & Kacprzyk, J. (eds). *Soft Computing and Fuzzy Methodologies in Innovation Management and Sustainability. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 337. Springer, Cham.
- Hur, S., Lee, J., & Stoel, L. (2018). Fair trade advertising: influences of information type and emotional appeal congruency. *Journal of Marketing Communications*, 26(2), 186-206.
- Konuk, F. (2019). Consumers' willingness to buy and willingness to pay for fair trade food: the influence of consciousness for fair consumption, environmental concern, trust and innovativeness. *Food Research International*, 120, 141-147.
- Kutaula, S., Gillani, A., Leonidou, L., & Christodoulides, P. (2022). Integrating fair trade with circular economy: personality traits, consumer Engagement, and ethically-minded behavior. *Journal of Business Research*, 144, 1087-1102.
- León-Castro, E., Avilés-Ochoa, E., Merigó, J., & Gil-Lafuente, A. (2018). Heavy moving averages and their application in econometric forecasting. *Cybern Systems*, 49(1), 26-43.
- Long, M., & Murray, D. (2013). Ethical consumption, values convergence/divergence and community development. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 26(2), 351-375.

- Lyall, A., & Havice, E. (2019). The politics of development metrics and measurement: impact evaluations in fairtrade-certified plantation agriculture. *Development and Change*, 50(6), 1531-1553.
- Ribeiro-Duthie, A., Gale, F., & Murphy-Gregory, H. (2021). Fair trade and staple foods: a systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123586.
- Rios, K., Finkelstein, S., & Landa, J. (2015). Is there a “fair” in fair-trade? Social dominance orientation influences perceptions of and preferences for fair-trade products. *Journal of Business Ethics*, 130, 171-180.
- Ruben, R., Fort, R., & Zúñiga-Arias, G. (2009). Measuring the impact of fair trade on development. *Development in Practice*, 19(6), 777-788.
- Ruckli, A., Hörtenhuber, S., Ferrari, P., Guy, J., Helmerichs, J., Hoste, R., Hubbard, C., Kasperczyk, N., Leeb, C., & Malak-Rawlikowska, A. (2022). Integrative sustainability analysis of European pig farms: development of a multi-criteria assessment tool. *Sustainability*, 14(10), 5988.
- Ruggeri, G., Orsi, L., & Corsi, S. (2019). A bibliometric analysis of the scientific literature on Fairtrade labelling. *International Journal of Consumer Studies*, 43(2), 134-152.
- Wang, E., & Chou, C. (2021). Norms, consumer social responsibility and fair trade product purchase intention. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(1), 23-39.
- Zerbini, C., Vergura, D., & Luceri, B. (2019). How fair-trade claims and emotional empathy affect the consumer's propensity to buy fair chocolate? *British Food Journal*, 121(7), 1605-1613.



RED INTERNACIONAL
DE INVESTIGACIÓN EN
EMPENDIMIENTO
SOCIAL E INNOVACIÓN



ANFECA
ASOCIACIÓN NACIONAL DE FACULTADES Y
ESCUELAS DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN