

PAP PRESERVACIÓN DE
TÉCNICAS ARTESANALES
PARA EL DISEÑO DE TEXTILES
Y PRODUCTOS DE LA FIBRA
DEL AGAVE EN TEQUILA: juntos
hacia un desarrollo sustentable II



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

FUNDACIÓN | **Jose Cuervo**

PROGRAMA DE
APROVECHAMIENTO Y
CONSERVACIÓN DE CONTEXTOS
PATRIMONIALES, DHDU
Primavera 2017

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE
ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento del Hábitat y Desarrollo Urbano

Programa de aprovechamiento y
conservación de contextos patrimoniales

PAP Preservación de técnicas artesanales
para el diseño de textiles y productos
de la fibra de agave: *juntos hacia un
desarrollo local sustentable II*
Tequila, Jalisco

PRESENTAN

Programas educativos:

Alumnos:

Lic. en Diseño

Sergio Alan Hernández Estrada, Alejandro Julián Dipp
Perla Margarita Calderón Téllez, Maité Amaia Aguirre Gómez,
María Fernanda Méndez Castellanos, Alina Ray Zamora, María
Teresa Sainz Rodríguez, Patricia Fernanda Duarte Palacios,
Diego Villaseñor Trujillo, Ana Paula Martínez García,
Gloria Stephany Barba Estrada

Lic. Mercadotecnia

Alberto Valenzuela Siqueiros

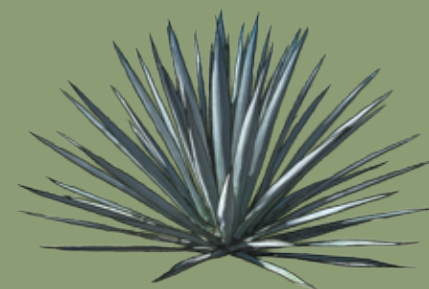
Lic. en Ing. Industrial

Omar García Barragán, Corazón Morales Elena

Profesores PAP:

Andrea Mónica Fellner Grassmann, Arcelia Julián Núñez

Tlaquepaque, Jalisco, 15 de mayo del 2017



Índice

Presentación de los Proyectos de Aplicación Profesional.....	8
Introducción, Resumen ejecutivo	9
Capítulo I. Antecedentes.....	11
1.1 Antecedentes e historia de Tequila y del tequila	12
1.2 Consideraciones conceptuales acerca de la artesanía y el patrimonio intangible.....	12
1.3 Fundación José Cuervo.....	15
1.4 Proyecto en apoyo a los artesanos de Tequila	16
1.5 Intervención previa por parte del PAP de Mercadotecnia.....	16
1.6 Planteamiento / Objetivos Generales.....	17
Capítulo II. Marco de referencia metodológico.....	19
2.1 Metodología participativa para la intervención social en contextos productivos artesanales.....	20
2.2 Metodologías de diseño para contextos artesanales.....	21
2.3 Colaboración participativa por parte de diseño en colaboración con otras disciplinas en el proceso artesanal.....	22
Capítulo III. Diagnósticos generales.....	25
3.1 Los agaves en México.....	26
3.2 Localización geográfica.....	36
3.3 Los escenarios de intervención.....	37
Capítulo IV. Desarrollo en los diferentes escenarios.....	39
4.1. Dn. Miguel y el trabajo con la madera del quiote.....	40
4.1.1 Historia y antecedentes.....	40
4.1.2 Diagnóstico social – organizacional.....	40
4.1.3 Diagnóstico técnico –ambiental.....	41
4.1.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	42
4.1.6 Metodologías utilizadas.....	44
4.1.7 Cronograma o plan de trabajo.....	44
4.1.8 Proceso de construcción conjunta.....	44
4.1.9 Desarrollo de productos, resultados alcanzados.....	44

4.1.10	Impactos generados.....	47
4.1.11	Visión del proyecto hacia el futuro.....	48
4.1.12	Recomendaciones.....	49
4.2	Empresa paraguas FLOR AGAVE	51
4.2.1	Historia y antecedentes.....	53
4.2.2	Diagnóstico social– organizacional.....	54
4.2.3	Diagnóstico técnico – ambiental.....	54
4.2.4	Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	57
4.2.5	Objetivos específicos y planes de acción.....	58
4.2.6	Cronograma o plan de trabajo.....	58
4.2.7	Proceso de construcción conjunta.....	60
4.2.8	Desarrollo de productos, resultados alcanzados.....	62
4.2.8.1	Submarca FLOR AGAVE.....	64
4.2.8.2	Submarca Puntadas FLOR AGAVE	65
4.2.8.3	Submarca Barbeo FLOR AGAVE	65
4.2.9	Impactos generados.....	66
4.2.10	Visión del proyecto hacia el futuro, (recomendaciones).....	66
4.3.	La fábrica de papel FIBRAZ	68
4.3.1	Historia y antecedentes.....	68
4.3.2	Diagnóstico social – organizacional.....	68
4.3.3	Diagnóstico técnico – ambiental.....	69
4.3.4	Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	70
4.3.5	Objetivos específicos y planes de acción.....	72
4.3.6	Metodologías utilizadas.....	72
4.3.7	Cronograma o plan de trabajo.....	72
4.3.8	Proceso de construcción conjunta.....	73
4.3.9	Desarrollo de productos, resultados alcanzados.....	73
4.3.10	Impactos generados.....	76
4.3.11	Visión del proyecto hacia el futuro y recomendaciones	76
4.4	Artesanos del Agave. Estrategias de comercialización.....	81
4.4.1	Historia y antecedentes.....	81
4.4.2	Rediseño del logotipo de los Artesanos del Agave	82
4.4.3	Rediseño de mobiliario para los Artesanos del Agave en la tienda del Mundo Cuervo	83
4.4.3.1	Historia y antecedentes.....	83
4.4.3.2	Diagnóstico técnico - espacial.....	83

4.4.3.3	Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades	83
4.4.3.4	Objetivos específicos y planes de acción	84
4.4.3.5	Cronograma o plan de trabajo	86
4.4.3.6	Desarrollo de mueble, resultados alcanzados.....	86
4.4.3.7	Impactos generados	86
4.4.3.8	Visión del proyecto hacia el futuro	86
4.4.3.9	Desarrollo de cuatro videos con los Artesanos del Agave.....	86
Capítulo V.	Aprendizajes individuales y grupales.....	89
5.1	Aprendizajes profesionales.....	90
5.2	Aprendizajes sociales	93
5.3	Aprendizajes éticos.....	98
5.4	Aprendizajes en lo personal.....	99
5.5	Reflexiones por parte de los docentes	100
Capítulo VI.	Conclusiones y recomendaciones.....	105
6.1	Conlusiones	106
6.2	Recomendaciones	106
Referencias Bibliográficas		109
Anexos		113

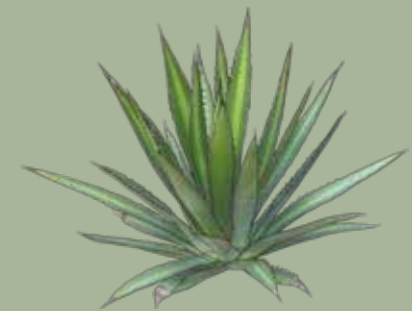


REPORTE PAP

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) del ITESO

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno.

A través del PAP los alumnos acreditan tanto su servicio social como su trabajo recepcional, por lo que requieren de acompañamiento y asesoría especializada para que sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.



Introducción

El proyecto Preservación de Técnicas Artesanales Para el Diseño de Textiles y Productos de la Fibra de Agave: Juntos Hacia un Desarrollo Local Sustentable, pretende ofrecer a las comunidades artesanales en el pueblo de Tequila, herramientas de organización, fomentando capacidades autogestivas para que puedan caminar en un futuro hacia un modelo de desarrollo social, creativo y económico local alternativo.

El proyecto se centra en la recuperación de técnicas y el manejo de la fibra y otros materiales derivados del agave, lo cual proporciona la posibilidad que los artesanos entren a un desarrollo de productos en un ciclo sustentable.

A lo largo del proceso de diseño de producto en conjunto con los artesanos, la mejora de procesos y la generación de estrategias de comercialización, se está trabajando para la implementación de metodologías de diseño, de Ingeniería Industrial y de Mercadotecnia, para así facilitar cada vez más la aplicación de elementos de identidad del contexto natural y cultural de la región en los productos y mejorar los procesos de producción y aspectos de organización.

Con el apoyo de la Fundación José Cuervo los artesanos tienen la oportunidad de participar en talleres y dinámicas propuestas por parte del equipo del proyecto para facilitar la integración e interacción entre los actores.

Desde el periodo anterior, el PAP interviene directamente en tres escenarios; el trabajo y la experiencia en ellos se irá exponiendo



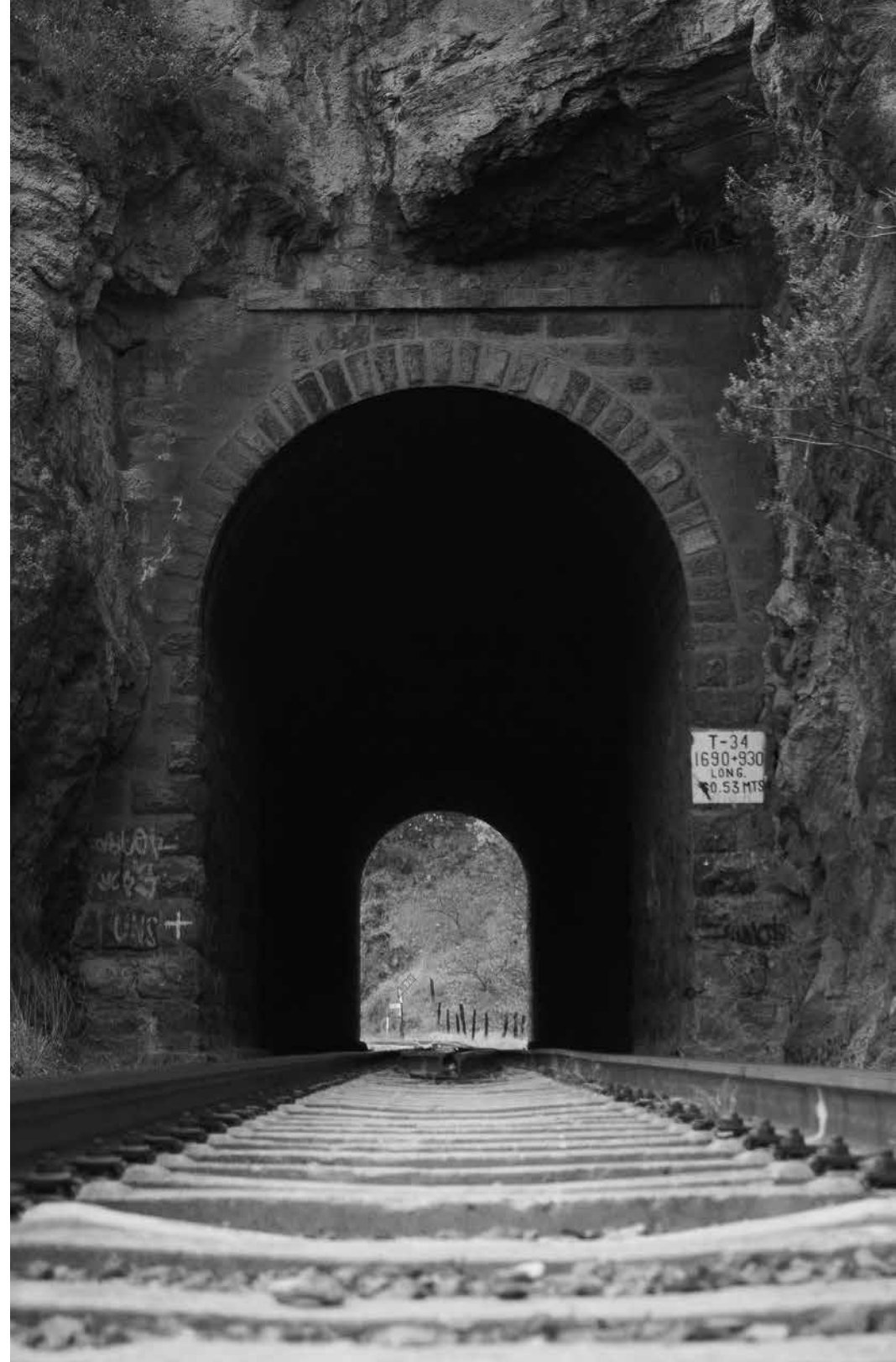
a lo largo del documento. En este semestre se agregó un nuevo escenario, el de los Artesanos del Agave. Se trabajó con la agrupación de los artesanos, entendiéndola como colectividad para la comercialización y promoción de sus artesanías, compartiendo el común denominador principal de estar hechos de materiales del agave. Para este fin se realizó el rediseño del logotipo de los Artesanos del Agave. Uno de los objetivos importantes de esta agrupación es fomentar el rescate de elementos de identidad propios del paisaje agavero y del pueblo de Tequila, a través de sus artesanías y productos, para lograr que por medio de las acciones colectivas se logre dar a conocer a nivel local y nacional qué es lo que se produce en Tequila aparte de la bebida. Para esta colectividad se estuvieron desarrollando propuestas de estrategias de comunicación y de promoción de sus productos.

En otoño 2016 se realizó una investigación y análisis acerca del estado de arte actual en cuanto a la diversidad de especies de agave en México, la actual producción de productos derivados del agave y los elementos artesanales que se generan de la fibra de esta planta. En la búsqueda de encontrar posibilidades de que se pueda volver a producir hilo de agave azul, se realizó el semestre pasado una visita a las instalaciones de una desfibradora en desuso en Arandas, que fue la última fábrica que había producido hilo de agave azul en México hace ocho años. Como continuación a esto, en este periodo se hizo una visita de campo a la Compañía Mexicana del Desierto, ubicada en Matehuala, San Luis, con el fin de aumentar la información que se tiene sobre el tema del hilo hecho con la fibra de agave y en especial del agave azul, y ver la posibilidad de que se estrechen los vínculos entre esta empresa y José Cuervo.



Capítulo I

Antecedentes



1.1 Antecedentes e historia de Tequila y del tequila

Olvidado su pasado indígena, la importancia económica de la región de Tequila (del náhuatl Tekilan, “Lugar de los trabajadores”) no inició hasta que la tecnología de destilación del Medio Oriente -traída a través del océano por los conquistadores españoles- se utilizó para tratar la bebida local tradicional de agave, llamada aguamiel, y transformarla en la bebida de alto contenido alcohólico que actualmente lleva el mismo nombre que la región donde se originó, el tequila.

La industria tequilera se expandió rápidamente después de que su iniciador, Pedro Sánchez de Tagle, fundara la primer destilería en el año 1600. Actualmente existen en la región más de una decena de compañías -encabezadas por Cuervo y Sauza- que cultivan el agave azul para extraer la aclamada bebida.

Por supuesto, con la producción del tequila como con casi cualquier otra producción industrializada se generan “desperdicios” que pueden ser utilizados en la creación de otros productos. En este caso es la fibra del agave, abundante subproducto del proceso tequilero en forma de bagazo -fibra de la piña del agave que resulta después de que todos sus azúcares y pulpa son extraídos- y pencas, llenas también de fibras largas y resistentes.

La fibra de las pencas del agave se han utilizado por cientos de años como materia prima para crear sogas, tejidos y diferentes productos de consumo; pero la laboriosidad de su extracción llevó a la fundación de una gran fábrica, la Desfibradora de Tequila, en donde las pencas y el bagazo eran procesados y transformados en hilo, cuerdas, tejidos y costales. De la tela se fabricaban protecciones para los recipientes de vidrio utilizados para transportar el tequila, las llamadas damajuanas.

A finales de los años 50 sin embargo, el inicio del uso de plásticos como sustituto a materiales naturales terminó por llevar a la quiebra a la fábrica, y a la utilización de la fibra del agave azul. Una nueva iniciativa por parte de un empresario mexicano, Gunnar Hellmett, intentó retomar la producción del hilo y se fundó

una fábrica de producción de hilo de agave azul en Arandas, Jalisco. Sin embargo, su operación no duró mucho tiempo, ya que aspira a un proyecto de desarrollar hilo de agave de alta calidad para tejidos finos. Sin embargo los últimos años el Sr. Hellmett estuvo en estrecha relación con la Fundación José Cuervo y con algunos artesanos, donándoles su hilo y hasta la fecha todavía se elaboran algunas piezas especiales con su material. Actualmente la Fundación José Cuervo esta en vinculación con otro empresario de Matehuala, San Luis Potosí, que esta haciendo pruebas para la producción de hilo de agave azul de Tequila.

Bajo la iniciativa de la Fundación José Cuervo, además por iniciativa independiente, algunos artesanos del pueblo de Tequila han intentado rescatar la creación de productos elaborados con el agave azul. Tejidos con la fibra, papel con la pulpa y carpintería con el quiote.

1.2 Consideraciones conceptuales acerca de la artesanía y el patrimonio intangible

Según los términos de la UNESCO, la artesanía forma parte del patrimonio intangible, término que surgió en contrapeso al Patrimonio de la Humanidad en 1990 y se centra en aspectos fundamentales de las prácticas culturales del hombre. En 2001 la UNESCO logró formular una definición entre los estados y en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, (París 2003), se definieron los términos para proteger el Patrimonio Inmaterial, resaltando la importancia que juega el patrimonio inmaterial en cuanto a la diversidad cultural y sus aportaciones al desarrollo sostenible.

En la misma Convención se reconoce que el patrimonio intangible se encuentra en una situación delicada, ya que las comunidades que se dedican a la producción de productos intangibles, aunque contribuyen a la diversidad y el enriquecimiento de la creatividad humana, muchas veces no reciben el apoyo suficiente para poder salvaguardar sus conocimientos, prácticas y técnicas. “Reconociendo que los procesos de mundialización y de

transformación social por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades pero por el otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo,” (UNESCO, 2003).

En nuestro proyecto cobran sentido estos reconocimientos por parte de la UNESCO, ya que nuestro contexto en el pueblo de Tequila busca rescatar técnicas en cuanto al manejo de la fibra de agave en artesanías y productos dentro de una lógica sustentable, tanto social, económica como ambientalmente. El hecho de que estamos impulsando este proyecto desde el contexto de una universidad, involucrando a jóvenes en vinculación con artesanos y el apoyo por parte de una fundación, fortalece varias intenciones. Se logró impulsar procesos de sensibilización en las generaciones nuevas en cuanto a los rescates de tradiciones, técnicas y costumbres, además de conocer la realidad de productividad y de vida de los artesanos. A lo que mencionan en el documento de la Convención (UNESCO, 2003) “Considerando la necesidad de suscitar un mayor nivel de conciencia, especialmente entre los jóvenes, de la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su salvaguardia”.

Por el otro lado apoyando desde varias disciplinas, se intenta impactar en un mayor desarrollo y rescate del trabajo artesanal, salvaguardando la identidad y lo específico del lugar. La vinculación con un organismo no gubernamental, como es en este caso la Fundación José Cuervo A.C., promete un apoyo en cuanto a la vinculación a posibles mercados externos tanto a nivel nacional como internacional, como una relación benéfica en cuanto a apoyos de formación para los artesanos.

En especial el contexto geográfico y de paisaje de la región de Tequila cuenta desde 2002 con la Declaratoria de Patrimonio Mundial por el Paisaje Agavero y las Instalaciones Industriales de Tequila, lo cual nos dirige la mirada a un paisaje con fuertes elementos identitarios, con una belleza única en el mundo. Entre



estos elementos encontramos el colorido y la textura especial de los campos agaveros, además con sus amplias tradiciones, relacionadas con el proceso de la siembra, los años de maduración, la jima de los agaves y el mismo proceso tequilero. Estos elementos se prestan para ser aprovechados y potencializados en los trabajos artesanales en la zona a través de métodos de diseño, dando respuesta a una consideración emitida por parte de los miembros de la Convención de París 2003: “Considerando la profunda interdependencia que existe entre el patrimonio cultural inmaterial y el patrimonio material cultural y natural...”

Cabe destacar que la UNESCO habla en cuanto al patrimonio intangible de desarrollos sostenibles, capaces de rescatar y al mismo tiempo de seguir avanzando hacia un futuro desarrollo que logre una mayor integración a los mercados internacionales. Para esta mayor integración a los mercados internacionales se requiere una interrelación respetuosa y equilibrada entre diferentes campos disciplinarios, que puedan aportar nuevas visiones, mejoras en procesos y aspectos formales, siempre y cuando se salvaguarde la esencia de las tradiciones y técnicas que se quieren seguir transmitiendo para futuras generaciones.

En esta perspectiva de un desarrollo interdisciplinario (sobre todo en diálogo entre la artesanía y el diseño, diálogo que tiene que lograr confianza entre los actores para propiciar que la artesanía se convierta en un elemento de desarrollo) no se debe de olvidar la definición que emitió la UNESCO en concordancia con los estados participantes en el Simposio UNESCO/CCI “La Artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera” - Manila, 6-8 de octubre de 1997:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas



y significativas religiosa y socialmente.”

En nuestro proyecto estaremos impulsando el trabajo interdisciplinario a través de disciplinas que aportan a las situaciones específicas de los artesanos. Desde metodologías de intervención social en espacios creativos, la ingeniería mecánica e industrial podrá aportar soluciones para mejorar los procesos de producción de los artesanos, los cuales en su mayoría trabajan en entornos precarios y poco adecuados para la producción de objetos. La mercadotecnia reforzará áreas como los procesos complejos de costeo en el ámbito artesanal, como aspectos de organización empresarial para organismos sociales. Desde el diseño se buscarán procesos de construcción conjunta con los artesanos, tratando de aplicar metodologías de diseño que pueden ayudar a rescatar elementos de identidad, tanto del entorno como de ellos mismos. Así se desarrollarán diseños innovadores que se puedan insertar con más facilidad en el mercado de las artesanías a nivel local como internacional.

A través de la Fundación José Cuervo se buscarán modos de comercialización más justa, ampliando los nichos de mercado y con la perspectiva de poder contar en un futuro con una tienda de comercio justo en el pueblo.

1.3 Antecedentes de la Fundación José Cuervo

En 1900 Ana González Rubio (heredera de la antigua fábrica de José Cuervo) se casa por segunda vez con José Cuervo Labastida, caporal de La Constancia. El tequila se convierte entonces en el “Tequila de José Cuervo” y como narra el texto en el sitio Web de la fundación, la pareja, aunque vivía en Guadalajara, pasaba largas temporadas en el pueblo de Tequila, en donde se les apreciaba por varias obras de beneficencia que habían realizado, entre ellos la construcción de:

“lavaderos bajo techo, las duelas para los pisos de la iglesia, regalaron un reloj público, tendieron una vía de tren para el servicio público, mandaron empedrar las calles y ampliaron la plaza de armas. Habiéndose llenado el cupo en el cementerio municipal, José Cuervo compró un terreno, lo cercó con muros, lo regaló al Municipio, con la condición de que los humildes pudieran dar sepultura a sus deudos sin costo alguno”.



La actual Fundación José Cuervo, creada como Asociación civil, el 24 de febrero de 1998, por Don Juan Beckmann Vidal, Presidente Corporativo de Casa Cuervo, continúa la centenaria tradición filantrópica de Casa Cuervo. Su objetivo principal es regresar a Tequila lo que Tequila le había dado a José Cuervo. Con más de 250 años de historia y tradición, la empresa ha estado presente en la vida de la comunidad donde están asentadas sus fábricas.

En estos dieciocho años desde su creación a nuestras fechas, la Fundación ha realizado alianzas estratégicas con instituciones público privadas, lo que le ha permitido tener un mayor impacto en la comunidad de Tequila y la Laja. El señor Juan Beckmann Vidal, actual presidente de José Cuervo, y su esposa, la señora Doris L. Beckmann, siguen impulsando el bienestar de Tequila.

Hace tres años la Fundación José Cuervo modificó su modo de intervención en Tequila por un modelo de desarrollo comunitario sustentable, para hacer frente a los cambios de la comunidad:

“Un modelo de desarrollo comunitario sustentable es un modelo integral que exige a los distintos actores de la comunidad, compromisos y responsabilidades en la aplicación de un modelo económico, político, ambiental, cultural y social que determinen la calidad de vida de su población” (Fundación José Cuervo, 2016).

La Fundación desarrolló cuatro líneas estratégicas, las cuales actúan en el ámbito de la educación, en lo social, lo cultural y en el ámbito del emprendimiento, dentro del cual se inserta nuestro proyecto de aplicación profesional por parte del ITESO.

El objetivo enunciado para este ámbito por parte de la Fundación dice:

“Fundación José Cuervo busca fomentar el espíritu y actividad emprendedora a través de la formación de individuos capaces de transformar ideas en servicios o empresas sustentables e innovadoras, que ayuden al crecimiento económico social generando valor en la generación de empleos” (Fundación José Cuervo, 2016).

1.4 Proyecto en apoyo a los artesanos de Tequila

Hace tres años la Fundación decide impulsar la creación de la cooperativa “Artesanos del Agave” para crear vínculos entre artesanos y productores pequeños, comprometidos en trabajar con materiales derivados del agave azul y dispuestos a trabajar de manera ética y responsable. Se les invita a talleres y cursos de emprendimiento en vinculación con distintas universidades para brindarles herramientas para mejorar sus ingresos y que sean más competitivos. La Fundación está apoyando desde entonces a los artesanos también en sus labores de comercialización, los conecta con ferias y exposiciones y cuentan con un punto de venta en la tienda y el Foro de José Cuervo.

1.5 Intervención previa en el grupo de los artesanos por parte del PAP de Mercadotecnia ITESO en tres periodos escolares anteriores.

Desde 2015 el PAP de Mercadotecnia del ITESO ha intervenido en los diferentes escenarios de los artesanos apoyados por la Fundación José Cuervo y su objetivo se centró en impulsar desde la Economía Social procesos de emprendimiento y de comercialización justa. Se elaboraron diagnósticos con cada uno de los integrantes del grupo con base en la metodología del FODA y del CANVAS. Esto ayudó a tener más claridad sobre los aspectos productivos, económicos y sobre las capacidades instaladas de cada uno de los artesanos. Al final del tercer ciclo del proyecto quedó evidenciado que el grupo no tenía suficientes bases para constituir formalmente una cooperativa, ya que sus perfiles en cuanto a sus niveles formativos, condiciones socioeconómicas como sus intereses eran tan distantes que no se logró construir un proyecto en conjunto con intereses en común. La propuesta por parte del proyecto de mercadotecnia en otoño del 2016 fue generar la propuesta organizacional, financiera y conceptual de Diseño de una Comercializadora Social, en conjunto con la Fundación para poder seguir ofreciéndoles a los artesanos una plataforma de comercialización, sólo con una estructura más formal y con más proyección y vinculación hacia mercados externos.

1.6 Planteamientos / Objetivos

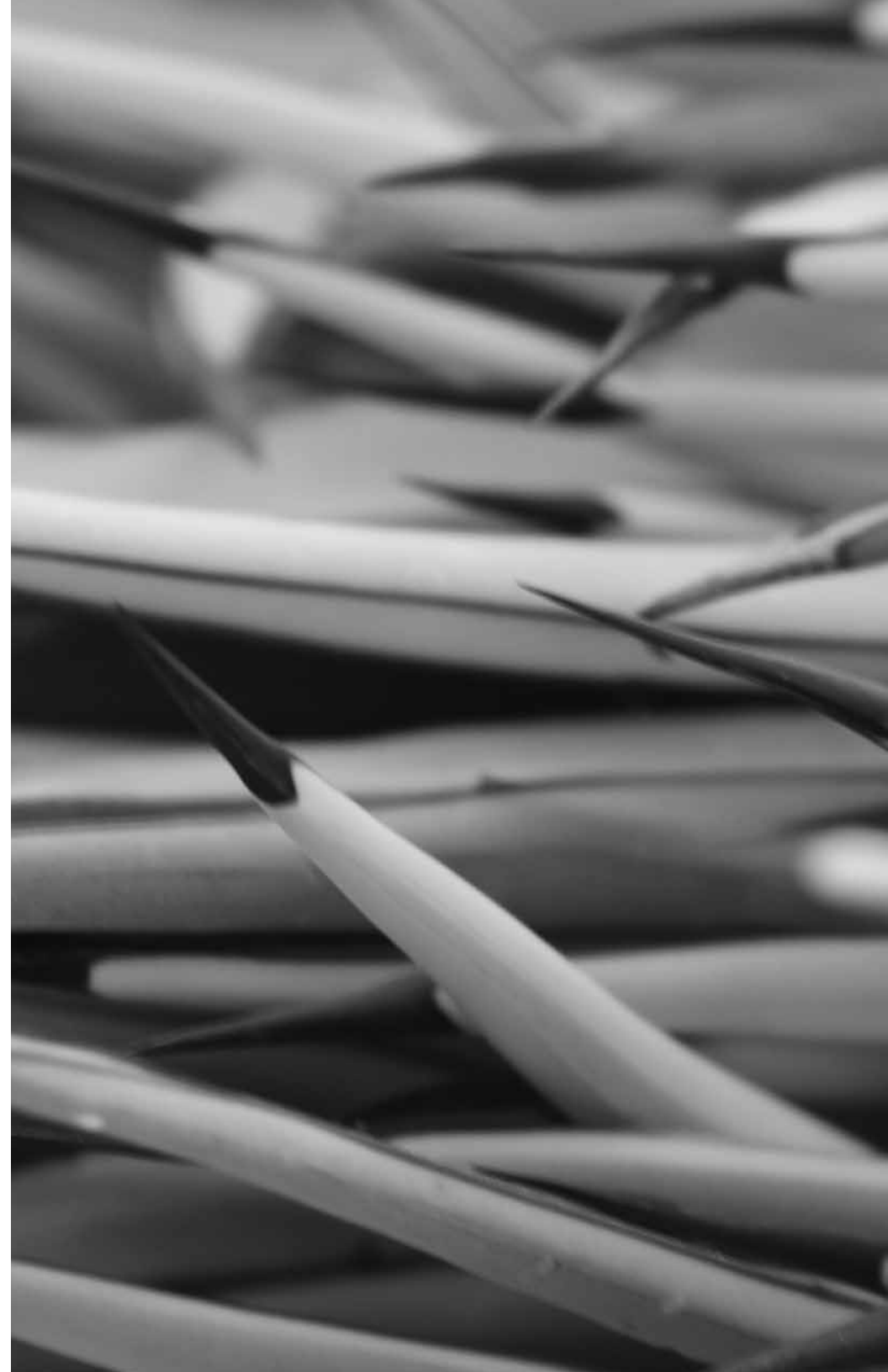
Debido a que no existe una colectividad estructurada entre los diferentes artesanos y pequeños productores apoyados por parte de la Fundación, se vio la necesidad de hacer un análisis por separado en cada uno de los tres escenarios seleccionados en este período escolar, para poder comprender cuáles son los factores contextuales, sociales, creativos y productivos de los artesanos. Se delimitó el análisis en este período escolar a tres escenarios, los cuales son:

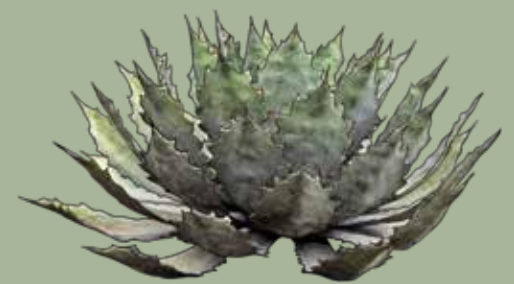
A base de los análisis elaborados en el semestre pasado se decide colaborar en los siguientes escenarios:

- **Dn. Miguel** (Dn. Migue): Artesanía elaborada con la madera del quiote (tallo de la flor de agave).
- **Dña. Ernestina**: Responsable del grupo de tejedoras que elaboran sus artesanías con el hilo de agave.
- **Flor Agave, Ramón**: Fabricación de champús y jabones con el jugo de agave.
- **FIBRAZ**, Fábrica de papel de agave: Propuesta de la sala de exhibición y propuesta de nuevos productos.

El principal objetivo de este semestre es empezar a desarrollar en conjunto con los artesanos propuestas de mejoras en productos, procesos y en la mejora de las marcas y estrategias de comercialización.

- Fortalecer de esta manera el autoestima del artesano en cuanto a su saber y capacidad de poder innovar y mejorar sus procesos de manera autónoma.
- Impulsar estrategias para lograr una mayor organización tanto de espacios como en los procesos de producción en los artesanos.
- Crear una mayor conciencia sobre el ciclo sustentable que se genera al trabajar con materiales derivados de la producción tequilera o al utilizar materia prima que se genera durante la jima del agave.
- La generación de primeros productos o servicios (y/o diversificación de productos o servicios) que se elaboran a través de metodologías de diseño para poder ser validados por medio de consumidores respecto a los productos anteriores.





Capítulo II

Marco de referencia
metodológico



2.1 Metodología participativa para la intervención social en contextos productivos de artesanos

El contexto de nuestra intervención cuenta con la participación de diferentes actores que conforman diferentes jerarquías de poderes económicos y sociales, los cuales le añaden una singular complejidad a este contexto por intervenir. Por un lado están los artesanos -cada taller artesanal tiene su historia en el pueblo y en cuanto al contexto artesanal en general del pueblo de Tequila-.

El segundo actor dominante en este escenario es la Fundación José Cuervo, además institución que tomó la iniciativa hace varios años de agrupar justo a estos artesanos bajo criterios establecidos por ella para beneficiarlos. Se observa que la lógica empresarial que imprime la empresa trasnacional José Cuervo a la Fundación, se nota en una cierta presión que se ejerce hacia los artesanos en cuanto a productividad y dar cuenta de sus actividades para informes y acreditaciones de la Fundación. Los apoyos que ha brindado la Fundación a través de cursos, orientaciones y aperturas a espacios comerciales para los artesanos, han generado diferentes expectativas tanto en la Fundación como en los artesanos y se convierte frecuentemente en fuente de tensiones entre los artesanos y la misma Fundación.

Después del primer semestre de intervención, en el cual sí se vivió la dificultad del grupo por lograr una colectividad estable en cuanto a posibles interacciones laborales entre los artesanos, se rescató como uno de los factores más factibles de un interés común el tema de la comercialización de sus productos. Los artesanos, gracias al apoyo por parte de la Fundación, se han dado cuenta que el hecho de comercializar sus productos en grupo como los *Artesanos de Agave*, les facilita visibilizarse ante los turistas y clientes.

Analizando la complejidad de este contexto nos lleva a la conclusión que contamos con el factor de interculturalidad, el cual nos enmarca el escenario de intervención. Rocío de Aguinaga (2010:361) describe:

“La interculturalidad es una forma de construir un proyecto

común entre actores de diversas culturas; no se da en el aire, sino en situaciones concretas, con razones para hacerlo así; no es un fin ni una utopía; es la cualidad, un adjetivo de un modo de proceder con procedimientos convenientes intencionados y voluntarios desde los actores de diferentes culturas”.

En nuestro caso se intervino en situaciones concretas con los artesanos, construyendo procesos en los cuales se ponen en juego las diferentes culturas (la empresarial, la de los artesanos y la académica), saberes y visiones acerca de las cosas, posibilitando así un mayor entendimiento sobre el otro y sus valores, reflejado en el mejoramiento de las condiciones de trabajo y la capacidad de innovar, en pasos pequeños hacia procesos más optimizados y productos con más elementos de identidad.

Para lograr los objetivos de los proyectos para construir participativamente, se revisaron textos de Henry Sanoff, y, aunque sus metodologías acerca del diseño participativo se centran básicamente en el desarrollo de proyectos arquitectónicos y urbanos comunitarios, consideramos que tienen elementos que se pueden aplicar para nuestro caso de la intervención a través del diseño, de manera participativa en el contexto con artesanos. En el escenario de las tejedoras aparece en especial el elemento de una comunidad (o más bien grupo) de tejedoras, la cual hasta ahora está muy poco estructurada y a corto y mediano plazo ayudará aplicar conceptos enunciados por parte de Henry Sanoff en su escrito *Multiple views of participatory design* (2011:133).

“Participatory design is an attitude about a force for change in the creation and management of environments for people. Its strength lies in being a movement that cuts across traditional professional boundaries and cultures. The activity of community participation is based on the principle that the environment works better if citizens are active and involved in its creation and management instead of being treated as passive consumers”.

Sanoff sigue enfatizando en el sentido de la generación de comunidad (2011:134):

“Building a participatory democracy also means building an

increased sense of community among the population at large. When people have a strong sense of community, they are more likely to respond positively to efforts to solve community problems, and will be willing to contribute their time and resources to meeting community needs”.

En el escenario de las tejedoras veteranas se siguió trabajando con la aplicación del proceso participativo. Ellas resultan ser las más experimentadas y las que dictan en gran medida las técnicas y diseños de los productos en el grupo. La líder e iniciadora del grupo es la que aglutina y trata de organizar la producción de los tejidos y hasta ahora decide la mayoría de las cosas. Sin embargo falta impulsar la construcción de comunidad entre ellas y las tejedoras jóvenes, involucrándolas en los procesos de diseño de manera participativa y activa. En este segundo semestre ya se ha visto una mayor apertura por parte de la líder de las tejedoras de respetarlas e incluirlas en todos los procesos.

Se aplicaron métodos para eficientar sus procesos, se aplicaron elementos gráficos para facilitar la comunicación entre las tejedoras y la líder del grupo en cuanto a homologar lenguajes técnicos para la producción y los procesos de pedidos. También se vio la necesidad expresada por parte del grupo de implementar procesos claros de organización y sobre todo de costeo.

2.2 Metodologías de intervención participativa de Diseño en contextos artesanales

En el proceso de intervención participativa de los diseñadores con los artesanos se analizaron los factores clave que intervienen en su proceso de creación, producción y de comercialización. Para esto se pueden ver los factores externos, entre los cuales se encuentran las fuerzas de las agrupaciones y organizaciones de artesanos en Tequila, la presión que ejercen varias organizaciones externas (p.ej. la Fundación José Cuervo o el Gobierno), el factor de las ventas, las modas y tendencias en las artesanías y el factor de la retroalimentación por parte de los usuarios. El artesano interpreta estos factores y los aspectos contextuales de identidad y éstos se van mediando en su proceso de la materialización por los factores internos del mismo artesano. Éstos son básicamente



las técnicas y saberes del artesano, sus tecnologías implementadas, los materiales de la región y su creatividad como motor de generación de productos.

La intervención participativa por parte del Diseño en vinculación con otras disciplinas en los contextos artesanales ayuda a crear una vinculación entre el artesano, las tendencias y necesidades que marca el mercado, hace énfasis en la mejora en sus procesos y logra poner en valor la identidad del lugar y de la gente.

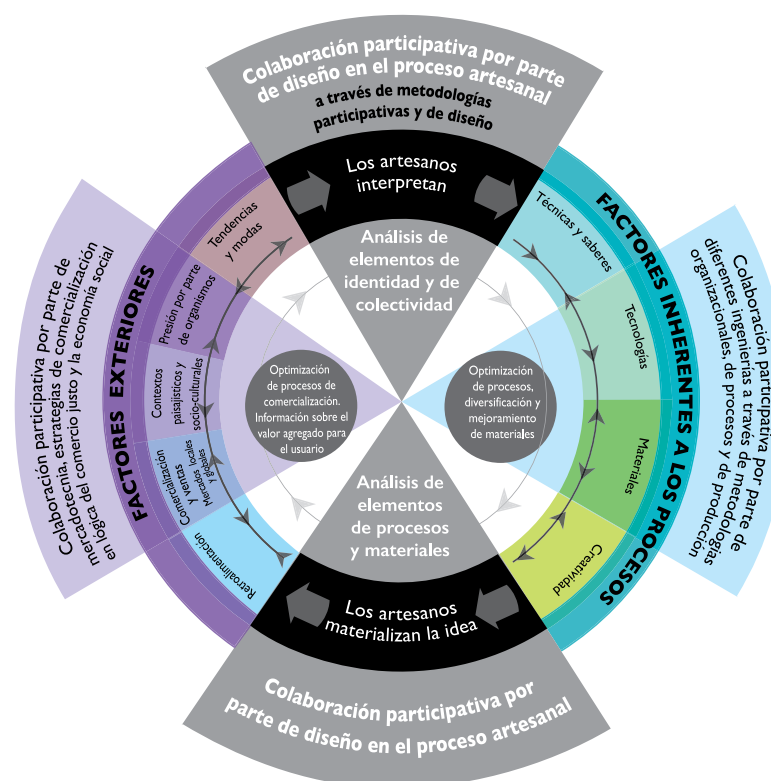
2.3 Colaboración participativa por parte de Diseño en colaboración con otras disciplinas en el proceso artesanal

A través de la experiencia con los artesanos llegamos a desarrollar el siguiente modelo que muestra los momentos de intervención entre artesanos, los diseñadores, ingenieros industriales y mercadólogos.

La primera colaboración por parte de los diseñadores y los mercadólogos sucede en la fase interpretativa del artesano, desarrollando en conjunto con él los elementos de identidad potenciales de la región (anexo, págs. 55, 62 - 63, 102 - 106). Así el artesano logra encontrar elementos aplicables a la artesanía, en cuanto a texturas, colores y formas, proceso que ayudará a generar valores agregados a las artesanías en forma de una identidad más definida y única del lugar.

El segundo momento se ubica en la fase de la materialización, en la cual se experimenta en conjunto con el artesano la renovación en sus procesos y la mejora en sus procesos y tiempos con el apoyo de los ingenieros (evidencias págs.111,115-119, 127). A través de la comercialización se vuelven a retomar y analizar los factores internos para revalorar todos los elementos y para optimizar y mejorar los procesos. La retroalimentación por parte de los consumidores será otro factor que generará una devolución de información, y se impulsará de nuevo el ciclo de la colaboración entre artesanos, diseñadores e ingenieros. La siguiente gráfica visualiza este proceso en su conjunto.

Se encontrarán elementos metodológicos, rutas y planes de trabajo utilizados durante el semestre en todos los escenarios en los anexos.



Gráfica: elaboración propia PAP





Capítulo III

Diagnósticos



3.1 Los agaves de México

“El agave, como racimo de espadas desafiando al viento, da carácter al paisaje de México. En apariencia indiferente a la sequedad del clima, con vivos ecos prehispánicos, más que un producto vegetal de la tierra es un emblema del país” (Artes de México, 2008).

Este inicio con el que da entrada Artes de México a la revista “El Tequila” (2008), enmarca el valor de identidad que le ha dado el agave a México y describe de manera poética nuestro contexto de Tequila a través de una mirada de sensaciones, texturas, olores y colores.

México es uno de los países con más diversidad en especies de agaves en el mundo, la geografía y el clima árido y semiárido en muchas regiones de México han beneficiado su amplia proliferación desde tiempos prehispánicos. Abisaí J. García Mendoza (2007:14-15) escribe en su artículo *Los agaves de México* “El empleo como alimento y fibras pervive en México desde hace por lo menos siete mil años. Los grupos humanos que se establecieron en estas regiones desarrollaron uno de los principales centros agrícolas de América”.

Desde entonces los agaves tienen una gran importancia en cuanto al desarrollo económico, cultural y social para muchas regiones de México. Se han tejido alrededor del agave un sinnúmero de historias y leyendas a nivel popular, desde luego la mayoría relacionadas con las bebidas alcohólicas más conocidas como son el pulque, el mezcal y el tequila.

Desde hace siglos los agaves fueron aprovechados para la producción de bebidas, alimentos, combustible, para textiles, diversas artesanías, usos medicinales, además han sido utilizados como material para la construcción y la generación de abono para usos agrícolas.

Los productos más importantes (sobre todo económicamente) en la actualidad son bebidas alcohólicas resultantes de la fermentación como el pulque, mezcal y tequila. Sus pencas son utilizadas para

hacer ropa, hamacas y otros textiles con el henequén y el ixtle, además de la madera del quiote se producen una gran variedad de artesanías.

Sin embargo, cada especie de agave posee diferentes cualidades en cuanto al sabor de sus líquidos que produce y la calidad, color y propiedad de sus fibras. Esto ha generado una gran variedad de productos en las diferentes regiones de México.

En el siglo pasado hubo un desarrollo industrial y económico importante en Yucatán, gracias a la producción de hamacas hechas de henequén. Desgraciadamente la aparición de fibras sintéticas hizo que se desplazara el uso del henequén y con ello se produjo una pérdida de millones de fuentes de trabajo.

Apenas hace pocos años se están volviendo a reactivar pequeñas fábricas e iniciativas productivas en diferentes estados de la república, en las cuales se está recuperando la producción de artesanías y productos hechos con fibras provenientes de diferentes especies de agaves. Esto se da en parte gracias al surgimiento de nuevos mercados en los cuales se están valorando productos hechos con fibras naturales, elaborados en ambientes sustentables.

El siguiente mapa (información y gráficos elaborados en el PAP otoño 2016) trata de visibilizar la variedad de las especies de agaves más importantes en México y su ubicación geográfica en nuestro territorio. Las ilustraciones de los agaves muestran la variedad de las especies más frecuentes, sin embargo, hay cientos de especies de agaves silvestres más, que cohabitan en los paisajes con estos agaves seleccionados.



México es uno de los países con más diversidad en especies de agaves en el mundo.

La geografía y el clima árido y semiárido en muchas regiones de México han beneficiado su amplia proliferación desde tiempos prehispánicos, entre ellas la zona de Tequila. 12 de las especies más utilizadas para la producción de licores como para productos artesanales se muestran en este mapa.



Los agaves en su contexto geográfico y lo que se produce de ellos:

Nos basamos en información de la revista Artes de México No. 98, (2010) “Mezcal, Arte tradicional, ubicada en el mapa sobre la diversidad de agaves en México.



Agave tequilana

Agave tequilana: En **Jalisco** se produce abundantemente el Agave Azul (tequilana) - está señalado que la variedad azul es la única materia prima del tequila. En el municipio de Teúl de González Ortega, **Zacatecas**, se prepara mezcal con el agave azul (Agave tequilana). La producción de agave dio origen a diversas haciendas ganaderas y mezcaleras, desarrollando así un gran avance en la economía.



Agave cupreata

Agave acupreata: En las montañas de la Sierra Madre del sur se utilizan el Maguey Chino (Agave cupreata), el maguey largo (Agave inaequidens) y el chato (agave aff. tequilana) - de donde se prepara el mezcal y pulque a nivel artesanal.
Michoacán, Guerrero y Puebla



Agave americana

Agave americana: En la sierra de San Carlos, **Tamaulipas**, se produce mezcal en baja escala conocido como vino-mezcal, para el cual se emplean preferentemente el mezcal cenizo (Agave americana subespecie protamericana) y la jarcia (Agave montium-santicaroli).



Agave maximiliana

Agave maximiliana: se obtiene la raicilla de la lechuguilla (Agave maximiliana). Crece en zonas altas y áridas como la **Sierra Madre Occidental, Sinaloa y Durango**.



Agave angustifolia

Agave angustifolia: la mayor producción de mezcal proveniente del mezcal bacanora (Agave angustifolia), en **Sonora**, aunque también se hace mezcal en menor proporción con la lechuguilla.



Agave salmiana

Agave salmiana: se produce mezcal del maguey verde (Agave salmiana subespecie crassipina), su producción abarca hasta 17 municipios de **San Luis Potosí**.



Agave durangensis

Agave durangensis: El mezcal se obtiene a partir del maguey cenizo (Agave durangensis) en los municipios de Nombre de Dios y Mezquital, **Durango**.



Agave cupreata

Agave cuperata: En los estados de **Guerrero, Michoacán y Puebla** se da la creación de magueyerías silvestres por las comunidades indígenas y se producen de manera artesanal mezcales.



Agave angustifolia

Oaxaca: En este estado se desarrollan alrededor de 38 especies de agaves. Para la elaboración de mezcal, se utiliza el agave espadín (Agave angustifolia) por su alta producción de azúcares, tiempo breve de maduración y fácil propagación por hijuelos.



Agave karwinskii

Agave karwinskii: Su distribución se limita a las zonas áridas del valle de Tehuacán y los valles de **Oaxaca**. Se utiliza su madera para leña y como cercas vivas y se extraen sus fibras para diferentes usos.



Agave portatorum



Agave marmorata

Agave portatorum y Agave marmorata: Se encuentran en la Sierra Madre del Sur llegando hasta la zona del istmo de Tehuantepec, colindando con **Oaxaca, Chiapas, Tabasco y Veracruz**.

Artesanías a partir del agave:

Se estima que desde que hay datos sobre la existencia del agave en México, hay información sobre objetos utilitarios que se han producido del agave, por ejemplo, muestras de tejidos y vasijas que cuentan sobre un posible inicio de procesos de fermentación del jugo de agave.

No se tiene registro de cuándo fue el comienzo exacto en las distintas regiones del país, de la elaboración de artesanías o productos a partir de la distinta flora encontrada en nuestro ecosistema.

En Hidalgo se elaboran artesanías a partir de un procedimiento local que ha permanecido en la comunidad indígena a lo largo del tiempo y que han ayudado a las distintas comunidades a aumentar sus ingresos comercializando tales artesanías: cepillos, estropajos, canastos, sombreros, etc.

Del maguey, en Nuevo León se produce un jabón natural, el “amole”, que se obtiene del tallo subterráneo de la lechuguilla y se emplea como sustituto del jabón debido a que contiene abundantes saponinas.

Yucatán se conocía como el principal productor del henequén debido a su alta temperatura y a su nivel del mar, factores que ayudan al crecimiento de las hojas logrando así obtener una fibra más larga, haciendo que facilite la elaboración del producto conocido en la región. Desgraciadamente, con la aparición de las fibras sintéticas en el siglo pasado, se redujo dramáticamente la producción del henequén en Yucatán durante muchas décadas.

Tanto en Oaxaca, como en Michoacán, Chiapas y San Luis Potosí, hasta la fecha se produce hilo de diferentes especies de agaves a nivel artesanal e industrial, generando una gran variedad de productos y artesanías, sobre todo en comunidades indígenas. Es con esto que se da inicio al siguiente tema.

La producción de hilos de diferentes agaves:

Hablar de las fibras producidas a partir de la planta del agave azul es un tema rico y sumamente extenso, lo cual requiere de una

constante investigación, sobre todo en estados en los cuales se cultiva el agave azul.

En el primer período de nuestro proyecto se realizó con este fin una visita a una desfibradora en desuso en Arandas (de 2009 a 2011). Se pudieron observar los procesos del desfibrado y la elaboración de hilo a partir del agave azul. Durante este periodo anterior se identifica la problemática del desabasto de hilo de agave azul (Tequilana), la falta de industria en la región de Tequila y el desconocimiento sobre el tema.

El proceso constaba de varias máquinas adaptadas especialmente para la fabricación del hilo, como son: Desfibradora, Peinadora, Máquina productora de cinta, Máquina productora de mecha, Máquina de hilatura.

El proceso inicia metiendo las hojas de la penca del agave en la desfibradora, esta máquina aplasta y desgarras la hoja de agave por medio de dos molinos con tres aspas metálicas cada uno. Al final de este proceso queda totalmente separada la hoja de la fibra. Posteriormente se pasa a extender y secar la fibra al aire libre. Se deja en el secado por los menos ocho horas.

Al terminar el secado, la fibra es pasada por la peinadora, ésta es una máquina que tiene dos rodillos con muchas puntas filosas que hacen parecer un peine o cepillo de cabello de tamaño industrial. La fibra pasa por esos rodillos que peinan y separan la fibra haciendo que ésta se haga aún más delgada para que el siguiente proceso, que es la creación de la mecha, sea más accesible.

El proceso continúa en la máquina fabricadora de mechas, cuya función básicamente es poner las cintas que salieron de la peinadora en tambos de plástico hasta llenarlos. Lo siguiente es poner en marcha la máquina, haciendo que las bases de metal empujen hacia abajo y se jale hacia arriba la cinta creando una unión entre las fibras, para así lograr tiras largas de mechas que entrarán en la siguiente máquina que prepara la mecha para el proceso de hilatura.

En la búsqueda de darle continuidad a la investigación, éste periodo se realizó una visita a la Compañía Mexicana del Desierto, ubicada en Matehuala, San Luis Potosí.

Esta empresa esta dedicada desde hace diez años a la producción del ixtle, fibra que se obtiene del agave de la lechuguilla, recurso

En la búsqueda de darle continuidad a la investigación, este periodo de primavera 2017 se realizó una visita a la Compañía Mexicana del Desierto, ubicada en Matehuala, San Luis Potosí. Esta empresa está dedicada desde hace diez años a la producción del ixtle, fibra que se obtiene del agave de la lechuguilla, recurso natural que se encuentra en abundancia en el estado de San Luis Potosí y los estados colindantes. La Compañía Mexicana del Desierto genera de esta fibra hilos y materiales que se utilizan tanto como para la fabricación de cepillos, como para la producción de telas de uso industrial y para la confección de una gran variedad de productos.

El Lic. Juan Carlos Salazar Viezca, director de la Compañía Mexicana del desierto, ha apoyado a un gran número de cooperativas en comunidades rurales durante los últimos diez años y se están beneficiando en la actualidad más de mil campesinos desfibrando agaves y confeccionando productos para su venta. Juan Carlos es un ingeniero, empresario emprendedor, al que le gusta experimentar y buscar nuevos materiales. El año pasado empezó a producir un primer lote de hilo de la fibra del agave azul, que obtuvo en Arandas. Descubrió que las propiedades que posee la fibra del agave tequilana son muy buenas, sin embargo, a raíz de la manera como se jima el agave en Arandas, obtuvo fibras no muy largas, que limitaron el desarrollo de un hilo de más alta calidad.

A raíz de la visita, en la cual participaron personas de la Fundación José Cuervo, los artesanos, los alumnos y asesores del grupo del ITESO, se despertó un gran interés de las partes participantes, en buscar las alianzas entre las empresas para emprender una prueba piloto con el agave azul de Tequila para producir hilo, con el objetivo principal de poder volver a aprovechar las pencas tiradas en el campo agavero después de la jima y producir de nuevo artesanías con hilo de agave azul.

A principios de mayo, se realizó una visita por parte del Ing. Juan Carlos Salazar y su equipo técnico en Tequila a los campos agaveros de José Cuervo y se jimaron varios agaves para que se pudiera observar si el proceso de la jima en José Cuervo fuese factible para la producción de un hilo de calidad.

Los resultados fueron favorables: las pencas se jiman de manera

entera, logrando así una fibra con una longitud mucho mayor de lo esperado.

La Compañía Mexicana del Desierto realizó pruebas con la fibra del agave azul tequilana y al parecer la calidad resultó ser excelente. Falta esperar entonces los siguientes procesos y negociaciones entre las empresas, para ver si se abre la posibilidad de poder trabajar con hilo de agave azul en Tequila y así impulsar un ciclo de producción y de aprovechamiento de materiales más sustentables.

El Ing. Juan Carlos identifica las comunidades en donde se solía hacer esta producción de manera manual en el pasado, les ofrece una máquina desfibradora y observa cómo se organizan para utilizarla. Durante el proceso identifica líderes y entonces ve si se puede o no formar una cooperativa, si se puede colaborar y trabajar conjuntamente. Si se logran acuerdos en la comunidad se propone como primera acción la instalación de talleres rurales de tallado y desfibrado donde se colocan máquinas prototipo, y como segundo punto la instalación de abarrotos de modelo cooperativa. El tercer momento son los talleres de mujeres tejedoras quienes confeccionan con las fibras y textiles de la Compañía Mexicana del Desierto, bolsas y otros productos. Este modelo se ha ido perfeccionando durante los últimos 10 años y actualmente se están viendo beneficiadas más de 1000 comunidades con el trabajo colaborativo con la Compañía.

Proceso Artesanal para desfibrar el agave:

En la actualidad todavía existen muchas comunidades en México que realizan la desfibrada de diferentes agaves de manera artesanal para elaborar posteriormente el hilo de agave. Cada fibra de las diferentes especies de agaves posee diferentes propiedades y en consecuencia los hilos que se producen se aplican para diferentes usos según la blandura o rigidez de la fibra. Se produce a nivel artesanal una amplia gama de productos, desde cepillos, bolsos, tapetes, hamacas, canastos y redes para diferentes usos. Las fotos demuestran el proceso manual de la desfibrada de la fibra de agave.





nuevas, que se encuentran al centro del agave, las cuales contienen las fibras más tiernas y suaves. A continuación, para el desfibrado se hizo una muestra de la manera artesanal, donde un hombre se acomodaba a pie de un árbol sirviéndole éste como apoyo debido al gran esfuerzo físico que la desfibrada requiere. El desfibre consiste en colocar la penca en un pedazo de madera y con una herramienta cilíndrica y delgada, parecida a un afilador de cuchillos; se talla en escasos tres firmes movimientos removiendo pulpa y materia blanda, dejando así sólo la fibra.

Este proceso es duro, es por esto que para tener mayor productividad se instala a pie de campo una máquina “prototipo”, como la llama Juan Carlos, haciendo el desfibrado más rápido y sencillo que no requiere tanto desgaste físico. Ya desfibradas, las pencas se mandan a la compañía para entrar a los procesos de hilado y de tejido.

Producción de hilo de agave azul en la Desfibradora de Tequila, (aprox. 1960 a 1990):

Existe muy poca información acerca de la Desfibradora que operó a finales del siglo pasado en el pueblo de Tequila y en la cual se fabricaron hilos de la fibra del agave azul, aprovechando la gran cantidad de pencas, material que se genera durante la jima de los agaves y el cual se queda tirado en los campos agaveros. Con estos hilos se produjeron telas gruesas, con las cuales se fabricaron básicamente sacos para la industria cañera de la zona, sogas e hilillo.

Costó mucho trabajo encontrar información sobre la Desfibradora de Tequila y conocimos a un señor de 74 años en la plaza del pueblo, que trabajó en la Desfibradora durante 30 años. Según su relato, ésta cerró en 1990, con dificultades económicas, más que nada por seguridad industrial y problemas con el Seguro Social (el relato de J. Félix Hernández González, “el Gato”, ex trabajador de la Desfibradora, se encuentra en el documento del periodo de otoño 2016).



3.2 Contexto de Intervención en Tequila. **Localización geográfica.**



3.3 Los escenarios de intervención

- QUIOTE DE AVAGVE:

Dn. Miguel, artesanía elaborada con la madera del quiote (tallo de la flor de agave).

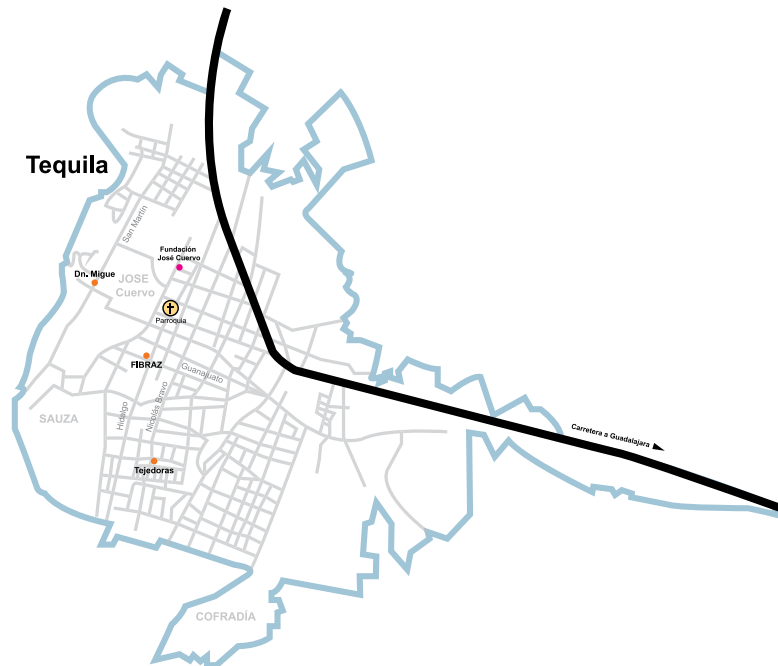
- FLOR AGAVE:

Puntadas FLOR AGAVE: Dña. Ernestina: Responsable del grupo de tejedoras que elaboran sus artesanías con el hilo de agave.

FLOR AGAVE jabones y BARBEO: Ramón: fabrica jabones y champús con el jugo del agave y artículos para el cuidado de la barba.

- FIBRAZ:

Norma, fábrica de papel y objetos de fibra de agave.





Capítulo IV

Desarrollo en los
diferentes escenarios



4.1 Dn. Miguel y el trabajo con la madera del quiote

4.1.1 Historia y antecedentes

Con más de 70 años a la espalda y padre de una familia de diez, Dn. Miguel (Dn. Migue) es un ejemplo de creatividad e ingenio en el uso de la materia prima local que sólo pueden lograrse con un íntimo conocimiento de la región y sus recursos naturales. Apodado por la población local de Tequila como “El Hierbero”, su fama como conocedor de los poderes medicinales de las plantas que crecen en los cerros cercanos es sobrepasada solo por su difícil pasado.

Problemas de alcoholismo desde muy joven marcaron su vida. No fue hasta que consiguió rehabilitarse que comenzó el camino que lo llevaría a convertirse en el artesano que es hoy en día. El quiote del agave es su materia prima -a pesar de que mucha de la gente que visita Tequila diariamente no tiene idea de que el agave florece sobre una larga vara de madera que crece de su centro cuando alcanza la madurez-.

En conjunto con otras cosas que encuentra en sus andanzas por el campo, Don Miguel crea numerosas artesanías, desde caballitos para tequila hasta sillas y mesas.

Su hijo Willy colabora con él en sus ratos libres.

4.1.2 Diagnóstico social –organizacional

Después de dos semestres de trabajo entre los alumnos y Don Miguel, algunas cosas han cambiado en el taller y algunas permanecen constantes.

La participación de Don Miguel y Willy ha cambiado un poco, ya que se descubrió que Willy en sus ratos libres es quien se hace cargo de la mayor parte del trabajo, o al menos de la parte más pesada, así como de la innovación de productos y el taller. El resto de la familia se mantiene al margen y genera ingresos por separado.

La relación de los dos con la Fundación tampoco ha cambiado mucho, ellos siguen con cierta inseguridad en su actuar por miedo a que no le parezca a la Fundación, ya que de ahí se bajan algunos recursos para que ellos puedan mejorar sus procesos.

Los alumnos han tomado un papel de mediadores entre la Fundación, Don Miguel y Willy, lo cual ha permitido agilizar los tiempos y decisiones.

Don Miguel se esfuerza por tener productos de calidad que generen ganancias para su familia; lo cual lo ha motivado a tener nuevos proyectos como un taller funcional y una tienda dentro de su casa para poder compartir su experiencia con personas que lo visiten y compren sus productos.

Al principio fue algo complicada la relación Don Miguel – Familia dentro de los proyectos de remodelación de espacios, ya que la familia no veía la necesidad de mejorar la casa y dar un espacio a cada cosa y se vio una participación nula por parte de ellos. Al término del semestre quedaron bastante contentos con los cambios logrados, primero porque se logró la participación tanto de Don Miguel como de Willy durante el proceso y segundo, porque ya sentían que se había “recuperado” la casa y se veía más amplia y bonita.

Aún con el problema de recolección/escasez del quiote, Don Miguel tiene una gran reserva asegurada para cubrir la materia prima aproximada de un año de producción. Con ayuda de los alumnos de ingeniería se marcaron estándares de producción y calidad en el quiote, para poder almacenar la materia prima de una manera óptima, ya que anteriormente se guardaban los quiotes enteros, haciendo que éstos se pudrieran.

A lo largo del semestre, la relación entre los alumnos, Don Miguel y Willy fue bastante agradable y ayudó a que todo se desarrollara de buena manera; el llegar a acuerdos y consensos, tener un ambiente de trabajo agradable, agilizar los procesos y, lo más importante, que Don Miguel y Willy se sintieran en confianza, comprometidos y entusiasmados con el proyecto.

4.1.3 Diagnóstico técnico – ambiental

Se realizó un plan de trabajo durante el semestre para poder remodelar la casa de Don Miguel y así construir la bodega, taller y tienda.

Con ayuda de los alumnos y la Fundación se hizo una limpia del lugar, se tiró lo que no estaba en uso y se guardó de manera adecuada lo que servía en el patio de atrás (lugar donde se guardaban los quiotes y agaves), se tiraron algunas estructuras de cemento que no estaban en uso y se niveló el piso para poder construir en un futuro la bodega en forma de tejabán.

Después de analizar los procesos de Don Miguel y Willy, se propuso el acomodo del pasillo de la entrada y distribución de espacios; los primeros cinco metros se adecuaron para la tienda y los tres siguientes para el taller. De esta manera, los visitantes podrán consumir y ver el proceso artesanal.

En la segunda parte del pasillo de entrada, donde corresponde el taller, se decidió poner dos de tres mesas de trabajo; la tercera mesa, que es la que corresponde al corte de los quiotes, se acomodó en el área de tejabán que se encuentra al final de la casa de Don Miguel, ya que el proceso es por medio de una cortadora eléctrica. El ruido de operación, como también el aserrín generado fueron las razones por las que se decidió que no podría estar dentro del área, pues al encontrarse junto a la tienda, la generación de polvo y la intensidad auditiva resultaría un problema.

Para un mejor desempeño dentro de los procesos realizados para el producto terminado, se contará con una silla entre la mesa uno y mesa dos, con el fin de que cuando se termine de hacer la operación de lijado, ahuecado y sellado se pueda dar la vuelta para empezar a trabajar en lo que es el terminado. De este modo se reduce el tiempo y se agiliza la producción. (La explicación detallada de la función de las mesas se encuentra en el anexo pgs. 116-117)



4.1.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

La problemática principal con Don Migue es la falta de recursos económicos, de herramientas y metodologías para superar sus carencias; sin embargo, en este semestre se abrieron varias oportunidades para mejorar esta situación. A lo largo de la colaboración conjunta en este semestre, entre los alumnos y Don Miguel se logró la integración más comprometida por parte de su hijo Willy. Las actividades y los compromisos que se establecieron en el equipo lograron la construcción de sentido tanto en Don Miguel como en su hijo y se convirtieron en un reto de ponerle energía y ganas para lograr en conjunto mejores condiciones en su taller, condiciones que propiciarán mejores procesos de producción y un espacio agradable y único para vender sus artesanías.

A pesar de no tener recursos para comprar máquinas o herramientas industriales, Don Migue se encuentra en un nicho de mercado que podría serle muy ventajoso si sabe aprovecharlo. Él es el único artesano de la región que se ha especializado en productos hechos de quito, y con el posicionamiento y actitud de trabajo adecuados podría obtener la autonomía como artesano independiente. Además cuenta con mucho ingenio, creatividad y pasión por la región y el trabajo que hace.





Temas que integran el desarrollo autónomo de Don. Miguel:

- Desarrollo organizacional de espacios y recursos humanos
- Estrategias de comercialización
- Estrategias de innovación, diversificación en procesos y diseños de productos

*Esta gráfica es un síntesis que se construyó a base de la información obtenida en los árboles de problemas y de oportunidades, generados en el semestre de otoño 2016 (Reporte PAP Tomo I).



4.1.5 Objetivos específicos y planes de acción (propuestas de mejora)

En este semestre, los objetivos se centraron en la habilitación de las áreas de producción de venta y de almacenamiento en la casa de Don Miguel para generar las condiciones mínimas para que pueda producir con buena calidad y exhibir de manera digna sus artesanías.

Planes de acción:

Limpieza y nivelación del patio de atrás de su casa. Limpieza y ordenamiento del pasillo en la entrada de su casa. Remodelación del pasillo de la entrada. Desarrollo de propuestas para el ordenamiento de los espacios de la entrada para venta de productos y área de producción. Propuesta para muebles del área de exposición y trabajo hechos de la madera de quiote. Realización del proyecto entre los alumnos, Don Miguel y Willy. Pintada de la fachada y acomodo de macetas con agaves grandes arriba de la fachada (azotea).

4.1.6 Metodologías utilizadas para la producción de artesanías con la madera del quiote.

- Agilización de los procesos de producción por medio de diagramas de flujo y medición de tiempos para reducir costo y tiempo en las artesanías.
- Análisis del uso de herramienta.
- Investigaciones concretas sobre los usos y costumbres al trabajar la madera del quiote para generar propuestas de diseño

4.1.7 Cronograma o plan de trabajo.

Tejaban: Análisis de espacios y materiales para la construcción de una bodega en forma de tejabán. Gestión de materiales con la fundación.

Fachada y pasillo: Análisis de espacio y materiales para la remodelación de la fachada y el pasillo de entrada. Gestión de materiales. Delegación de responsabilidades. Propuestas de diseño.

Taller: Análisis de espacio y materiales para montar el taller.

Gestión de materiales. Propuestas de aprovechamiento de espacios. Propuestas de diseño de mesas de trabajo.

Tienda: Análisis de espacio y materiales para montar la tienda. Gestión de materiales.

4.1.8 Proceso de construcción conjunta

Don Migue compartió con mucha pasión sus técnicas, su visión acerca de la naturaleza, el uso del quiote y su forma de trabajar con la parte icónica del agave. Por una parte, por parte de los alumnos se involucró en sus procesos y se compartieron ideas y modos de trabajar. Se desarrolló en conjunto mejoras de sus productos. El taller de sensibilización de cómo plasmar elementos de identidad en los objetos artesanales (que se llevó a cabo en el ITESO el semestre pasado), logró reforzar en Don Miguel un proceso que ya posee de manera natural, una relación apasionada con su entorno natural, la cual le ayudará en un futuro poder plasmar esta riqueza de texturas y formas aún más en sus diseños.

En este semestre, se siguió con el plan de acciones establecido en el semestre pasado, considerando qué en esta fase de desarrollo, tocaba trabajar y desarrollar con Don Miguel y Willy el aspecto de la mejora de su espacio de trabajo y de exhibición de sus artesanías en la casa.

Las primeras acciones fueron la limpieza del patio trasero de su casa y el ordenamiento de este espacio. Esto permitió seleccionar los quiotes funcionales todavía para el trabajo artesanal y generar un espacio para un futuro tejabán, y así poder proteger el material almacenado.

Se hizo una propuesta arquitectónica para este tejaban, acordado con Don Miguel para que pueda ser construido básicamente con materiales que puedan conseguir en su entorno. La construcción de éste quedará pendiente para los siguientes semestres en cuanto esté reunido el material de construcción. En este proceso se logró la integración del equipo tanto como el involucramiento por parte de Don Miguel y su hijo Willy y poco a poco tomaron las riendas del proceso de remodelación, lo cual consideramos uno de los mayores logros del semestre.

Después de esta etapa se acordó con Don Miguel y su hijo cómo se podría remodelar la entrada de su casa para generar un



Repisas de madera de quito



Arriba: Fachada antes y después
Abajo: Repisas antes y después
Mesas de trabajo de madera de quiote

Pasillo de entrada antes y después

espacio adecuado de trabajo y un área de exposición. La meta era utilizar lo más que se pueda la madera del quiote. El proceso de remodelación duró dos meses en los cuales se resanaron y pintaron ambos espacios. Para el espacio de la entrada de su casa se fabricó con la madera de quiote, repisas y mesas de trabajo que crearon un ambiente auténtico y llamativo.

4.1.9 Proceso de construcción conjunta.

Se desarrolló un proyecto que se dividió en 3 partes: tejabán, tienda y taller; dentro del proyecto se incluyó la participación en la Feria del Agave a finales de marzo.

En el tejabán el resultado no fue el deseado: el proyecto quedó en pausa por cuestión de tiempo y recursos de material; sin embargo, esta etapa fue importante, ya que fue con la que se comenzó el proyecto y se transformó a un ambiente agradable óptimo para trabajar: todos cooperaron y pusieron lo mejor; fue esto, precisamente, lo que ayudó de manera positiva a la relación entre los alumnos y los artesanos.

En la tienda y taller se trabajó de manera paralela, ya que ambos pertenecen al pasillo de la entrada. Los ingenieros hicieron estudios de los procesos de producción y aportaron las especificaciones de espacios y mobiliarios, mientras los diseñadores se encargaron de las propuestas de fachada y decoración, así como de los prototipos para mobiliario (repisas, mesas y lámparas).

En general, el resultado fue gratificante para todos los integrantes del proyecto. De ser un lugar con exceso de materiales y productos que no tenían uso, se convirtió en un lugar agradable a la vista, amplio y donde se puede apreciar los productos y sus procesos artesanales.

La participación de Don Miguel y Willy en la Feria del Agave les sirvió para un proceso de validación en cuanto a la viabilidad de venta de los nuevos diseños de sus productos. Se dieron cuenta de que la nueva línea de productos se vende bien y esto generó el estímulo de seguir produciéndolos.



4.1.10 Impactos generados

Entender las diferentes realidades que convivían durante el proyecto y juntos crear un ambiente de empatía y solidaridad. Bajo ese clima crear ideas y aportes sólidos, hacer un compromiso entre los integrantes y entregarse hasta final de semestre.

La realización de un proyecto integral, pues abarcaba los tres pilares principales: social, económico y ambiental, donde se trabajó en distintas áreas, desde el desarrollo de la investigación, hasta la mano de obra.

Y, finalmente, el hecho de lograr que tanto Don Miguel como Willy se apropiaran del proceso de la remodelación y de producción; esto generó un impacto fuerte y positivo en su entorno de producción, venta y espacio de vida.

4.1.11 Visión del proyecto hacia el futuro.

Se espera que Don Miguel y Willy sigan encargándose del proceso en las mejoras de sus espacios y que sigan innovando sus productos. Ya montado el taller y tienda, resultará fácil enfocarse al desarrollo de mejores productos y mejora de herramientas de trabajo. Se espera que esto genere también un impacto positivo de ingresos.

4.1.12 Recomendaciones específicas

Ubicación de zonas de trabajo, Dn. Miguel:

Por medio del análisis de las dimensiones del pasillo principal de la casa, o la entrada del primer patio, a un lado de los que el equipo decidió que estaría ubicada la zona de exhibición de los productos terminados, llegamos a la conclusión que la zona sería llamada “Taller de artesanías” esta zona estaría compuesta por dos mesas de trabajo, se contaría con una mesa 3 en donde se presenta el corte de los quites para su respectiva continuación del proceso, por medio de una cortadora eléctrica, que por el ruido de operación, como también por el aserrín generado, decidimos que ésta no podría estar dentro del área de taller, ya que está a un lado del área de exhibición, generando polvo dentro y molestia

auditiva para las personas cercanas; por lo que el lugar asignado para la mesa 3 sería en el área de almacén que se encuentra al final de la casa de Miguel.

Para un mejor desempeño dentro de las operaciones realizadas, para la obtención del producto terminado se contará con una silla entre la mesa 1 y mesa 2, con el fin de que cuando se termine de hacer la operación de lijado, ahuecado y sellado, se puede dar la vuelta para empezar a trabajar en el terminado.



Recomendaciones de limpieza y seguridad:

Una vez puestas las mesas de trabajo en los lugares indicados, es recomendable seguir los puntos mostrados abajo, con la finalidad de mantener el área de trabajo en buen estado, así como también facilitar los diferentes procesos del Quiote.

Mesa 1: “Área de lijado/ahuecado/sellado”

- Mantener limpio y ordenada el área de trabajo (después de trabajar limpiar mesa).
 - Mantener en buen estado las herramientas de trabajo (cuchillo, brocha, pala) con el fin de obtener una buena imagen de la persona, así como del taller y punto de venta.
 - Tener el pegamento cerrado cuando no se esté utilizando para evitar que se seque.
 - Antes de comenzar a trabajar con el Quiote, asegurarse de tener todas las herramientas adecuadas.
 - Proteger su vista con gafas o lentes de seguridad cuando está ahuecando el Quiote.
 - Utilizar mascarilla o cubre boca al momento de ahuecar el Quiote.
- Acomodar las herramientas utilizadas en su lugar.



Mesa 2: “Área de Terminado”

- Mantener limpia y ordenada el área de trabajo (después de trabajar limpiar mesa).
- Mantener en buen estado las herramientas de trabajo (pirógrafo, pinzas) con el fin de obtener una buena imagen de la persona, así como del taller y punto de venta.
- Tener el barniz cerrado cuando no se esté utilizando para evitar que se seque.
- Mantener desconectado el pirógrafo cuando no se esté utilizando.
- Acomodar las herramientas utilizadas en su lugar.

Mesa 3: “Área de corte”

- Mantener limpia y ordenada el área de trabajo (después de trabajar limpiar mesa).
- Mantener en buen estado las herramientas de trabajo (marcador, flexómetro, pinzas, seguetas) con el fin de obtener un medio ambiente adecuado.
- Antes de comenzar a trabajar conocer el número de piezas a cortar y tamaño de la pieza.
- Proteger su vista con gafas o lentes de seguridad cuando se esté cortando el Quiote.
- Utilizar mascarilla o cubre boca al momento de cortar el Quiote.
- Acomodar las herramientas utilizadas en su lugar.
- Desconectar la cortadora cuando termine de cortar las piezas (para ahorrar energía).
- Desconectar cortadora cuando se cambia grados de corte.

Nota: es recomendable tomar 10 minutos al final del día para limpiar las áreas de trabajo (taller) así como el punto de venta (tienda).



4.2. FLOR AGAVE, marca paraguas

4.2.1 Historia y antecedentes

A) Flor Agave es una empresa originaria de Tequila dedicada a la creación de productos artesanales de alta calidad, utilizando el agave como materia prima. Actualmente, Flor Agave está constituido por tres ramas: productos tejidos, productos de higiene personal y belleza y una nueva línea de productos para el cuidado de la barba.

Flor Agave nace de la iniciativa de Ernestina Carrillo y Ramón Ávila de celebrar a las mujeres trabajadoras de Tequila, que luchan cada día por sacar adelante a sus familias. En un pueblo en el que históricamente el protagonismo ha sido para los hombres que trabajan en la producción tequilera, las mujeres trabajan desde el anonimato, mientras los reflectores se van hacia el agave, el vino mezcal o tequila, y por supuesto hacia el Jimador. “Todo el trabajo de las mujeres se ve reflejado en la flor del agave” nos dice Ernestina.

El PAP preservación de técnicas artesanales de ITESO empezó a trabajar con Flor Agave el semestre pasado (otoño 2016). Habiendo realizado un análisis de necesidades y un árbol de problemas se decidió trabajar principalmente con su línea de productos tejidos y su grupo de artesanas, detectando en el proceso la necesidad de realizar una nueva organización de la marca, dejando a Flor Agave como marca paraguas, pero dándole a cada una de sus líneas un nombre y una personalidad propia, para que de esta forma cada marca pudiera enfocar sus esfuerzos en sus segmentos de mercado específicos, llegando así a más mercados y convirtiéndose en una gran marca organizada. Cada una de las sub-marcas estaría vinculada con la marca paraguas integrando a Flor Agave en sus propias marcas: Flor Agave, Puntadas Flor Agave, y Barbeo Flor Agave.



B) Puntadas es la línea de Flor Agave dedicada a generar productos tejidos con fibra de agave. Esta área está liderada por la Sra. Ernestina, que incursionó en los procesos artesanales cuando empezó a asistir a cursos que la fundación José Cuervo ofrecía a los artesanos de la zona, con el fin de generar en Tequila una tradición e identidad artesanal. En 2006 La Sra. Ernestina invita a Doña Estela, que se convertirá después en una de las tejedoras de Puntadas Flor Agave, a tomar un curso en el que utilizan hilo de agave azul y juntas empezaron a trabajar e innovar en productos tejidos con hilo de agave azul.

Dos años después lo convirtieron en modelo de negocio incorporando tejedoras, que con sus nuevas ideas fueron apoyando a la generación de productos.

En agosto del 2016 el PAP preservación de técnicas artesanales de ITESO empezó a colaborar con este grupo de mujeres, innovando en sus procesos y sus productos para generar una oferta de valor que fuera congruente con el segmento de mercado al que querían llegar. En el periodo agosto-diciembre de dicho año se generó la identidad visual y el naming del grupo, al igual que una nueva línea de productos.

C) Flor Agave maneja la línea de belleza e higiene personal, línea que dirige Ramón, el hijo de la Sra. Ernestina, un joven emprendedor que se ha metido de lleno en el proceso de fabricación de jabones y productos de belleza para el cuidado de la piel, así como cremas, champús, mascarillas, etc.

Ramón utiliza el agave como su principal ingrediente para todos sus productos, generando una propuesta muy interesante e innovadora.

Al igual que su madre, Ramón asistió a varios cursos y capacitaciones relacionados con prácticas artesanales y con cómo incluir el agave en éstas. Al principio fue difícil integrar el agave a las recetas tradicionales de jabones porque algunos de los ingredientes no reaccionan químicamente de manera favorable con la planta tequilera. Poco a poco fue generando la receta que lo llevaría a la línea que hoy se produce.

Actualmente los productos de la línea de belleza de Flor agave se distribuyen en Tequila, El Arenal y una tienda en Tlaquepaque. En Tequila los distribuyen varias tiendas como Mundo Cuervo, Casa Sauza, Los Portales, Tequilas Finos, Loving Tequila y La Estación.

En El Arenal está Don Valente y Tequila Tres mujeres que es uno de sus puntos de venta más fuertes. Finalmente, Artesanías Tlaquepaque.

Otros escenarios de venta de los productos son ferias y expos relacionadas con el tequila y el agave, de igual manera los fines de semana en la plaza central de Tequila o en el foro José Cuervo hay venta directa al consumidor.

Los productos que manejan hoy en día son:

- Jabón de agave
- Jabón agave-manzanilla
- Jabón agave-romero
- Jabón agave-caléndula
- Jabón agave-avena
- Jabón agave-cola de caballo
- Champú de agave
- Champú agave-romero
- Acondicionador de agave
- Crema para peinar de agave
- Crema corporal de agave
- Crema facial de agave
- Mascarilla de agave
- Jabón líquido de agave

D) Barbeo es una nueva línea, también dirigida por Ramón, que surge como contraparte a la propuesta original de Flor Agave. La marca dirige sus productos a un público masculino específicamente para higiene personal, cuidado de la piel y mantenimiento de la barba. Los productos de Barbeo están pensados para ser distribuidos en el futuro en estéticas y barberías.

FLOR AGAVE



4.2.2 Diagnóstico social – organizacional

Flor Agave tiene dos cabezas, la Sra. Ernestina y su hijo Ramón; Ernestina como líder de Puntadas Flor Agave y Ramón de los productos de belleza e higiene personal.

Dentro de la marca de puntadas hay un equipo relativamente grande de artesanas que se dedican a la producción y terminados de los productos tejidos. Dentro de este grupo hay artesanas tejedoras: Doña Ana, Doña Estela (que fueron las primeras integrantes, junto con Ernestina), Arcelia “La China”, Evelia, Lola, Norma, Vero, Adela y un subgrupo de ocho tejedoras del pueblo de la Laja dirigidas por Alicia.

También están artesanas como Lorena, Celia y Paty que se dedican a dar terminados a los productos, forrar, agregar asas, cierres, etc. Y hay trabajo que se pasa a segundos, como el corte de las piezas de cuero.

La relación entre las partes no siempre ha sido fácil, algunas de las tejedoras no concuerdan con el liderazgo de Ernestina y no les gusta la forma en la que ha manejado algunos asuntos; sin embargo, son conscientes de que sin ella no podrían estar en donde están ahora y seguir creciendo. No les gusta que muchas de las otras tejedoras no participen. Es importante trabajar en la cohesión del grupo, para generar un proceso verdaderamente eficiente y un grupo que perdure.

En la elaboración de la línea de belleza e higiene de Flor Agave el encargado, como ya se mencionó antes, es Ramón, que produce la mayor parte de las fórmulas y se encarga de la innovación del área; Ernestina le ayuda a realizar algunas de sus fórmulas. El padre de Ramón les ayuda eventualmente a crear algunos productos. Y existe una persona variable que les ayuda a envasar, empacar, y etiquetar los jabones y productos líquidos para su distribución.

En cuanto a la promoción y la relación con los clientes, Ernestina se encarga de las relaciones que se hacen en trato directo, mientras que Ramón hace el manejo de las redes sociales y correo electrónico. Esta es un área de oportunidad, pues el segmento de mercado tiende a hacer compras en línea y a hacer uso de las redes sociales.

4.2.3 Diagnóstico técnico – ambiental

El agave azul no es sólo la planta tequilera por excelencia, es una planta versátil que tiene múltiples aplicaciones, lo que ha sido demostrado por todo el grupo de los Artesanos del Agave; desde la madera de su qurote, la fibra con la que se ha hecho pulpa para hacer papel, sus propiedades gastronómicas, la fibra para hacer hilo, la pulpa con la que se están haciendo jabones y otros productos higiénicos, etc.

Para Flor Agave, uno de los temas más importantes es la fibra con la que las mujeres artesanas crean los productos de “Puntadas Flor agave”:

“Me siento orgullosa de ser de Tequila y de poder representar a mi pueblo con mis tejidos”, “El hilo de agave y el agave son el emblema de Tequila, y esto es lo que sabemos hacer con él”

Doña Estela (tejedora de Puntadas Flor agave)

La falta de un proceso de producción local de hilo de agave en Tequila ha traído algunos problemas para Flor Agave, Las tejedoras de “puntadas” se sienten orgullosas de poder trabajar con el hilo de la planta enigmática de su pueblo, sin embargo, no están trabajando con hilo de agave azul, sino con un hilo fabricado de alguna otra variedad de agave, que en realidad no se sabe exactamente de dónde proviene.

4.2.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

Antes de comenzar el PAP, la Fundación José Cuervo aseguraba que la principal problemática era la falta de ventas en la tienda Mundo Cuervo, debido a que sentían que la calidad que reflejaba

la imagen de los productos no concordaba con la calidad esperada por su segmento de mercado.

Sin embargo, con el transcurrir de ambos semestres, salieron a la luz problemáticas mucho más profundas que al final resultaban en la falta de ventas, había muchos cabos sueltos detrás que eran la causa de ello.

Como ya se ha mencionado varias veces, una de las principales problemáticas con las que el equipo se enfrentó desde el semestre anterior fue la falta de organización de la empresa, desde la estructura de sus líneas (ahora submarcas), así como la comunicación interna entre el equipo de trabajo y sus relaciones con la fundación y con sus distribuidores y clientes.

La comunicación interna, específicamente de Puntadas Flor Agave, es un problema que se divide en muchos sub-problemas:

Por un lado, el semestre anterior se percibió que muchas de las tejedoras no se conocían entre ellas mismas y no compartían sus procesos y conocimientos, no se sentían parte de un grupo y que gran parte de esto se debía a que no contaban con un espacio y un momento específico para reunirse; sentían que no era necesario trabajar juntas, sino que cada quien debía hacer sus propias bolsas y entregarlas a Ernestina. Aunque ahora ya cuentan con un espacio propio en el que pueden empezar a juntarse, todavía no está acondicionado y no se lo han apropiado para juntarse a tejer, conocerse, compartir conocimientos y dinámicas comunes para poder así sentirse miembros de un mismo equipo.

Otra de las problemáticas de organización interna es que no hay una comunicación clara entre las tejedoras de Tequila y las tejedoras de la Laja, hasta ahorita todavía no se conoce a las mujeres que trabajan en la Laja, y tampoco su manera de trabajar.

Por otro lado la comunicación de Ernestina, como líder, con su equipo es deficiente; Ernestina tiene miedo de decirles algunas cosas, por temor a que vayan a dejar de trabajar con ella. Se cree que con esto ellas tampoco se sienten comprendidas ni

tomadas en cuenta y también se reservan de darle comentarios constructivos a Ernestina por miedo a que no les quiera pagar o a que reaccione mal. Estos problemas de comunicación ha generado un grupo fragmentado y poco participativo, lo cual genera una serie de malentendidos que obstruyen los procesos de logística interna, sobre todo de entregas y pedidos.

Todas estas problemáticas han sido determinantes en la calidad de los productos tejidos, que no cumplen con un estándar y, aunque es entendible al ser productos artesanales, por cuestiones de calidad y control deben tener algunas características estandarizadas; por ejemplo, deben de cumplir con un tamaño específico para que el costo se mantenga y por lo tanto el precio no cambie en cada una de las bolsas. El problema era que cada tejedora hacía lo que se le hiciera más fácil tejer. Afectando así a la cadena de suministro, porque se generaban productos que no se necesitaban o que no cumplían con la expectativa de la Señora Ernestina o de los clientes.

Al querer avanzar al inicio del semestre con los primeros problemas de estructura dentro de la empresa, lo primero que saltó a la vista en el análisis, fue que había problemas de costeo y administración con las bolsas, que terminan por generar pérdida en lugar de ganancia, sincronizándose con el descontento de las tejedoras por la falta de pago, o por el contrario, que por pagarle a las tejedoras la señora Ernestina se quedaba sin utilidades. Derivando en otros problemas como tensión interna y baja producción, lo que detiene el crecimiento tanto de Puntadas como de Flor Agave.

Para una empresa como Flor Agave (sub-marca jabones) el turismo definitivamente es un mercado atractivo, teniendo los objetivos que tiene, ser reconocida como una empresa de Tequila que hace productos alternativos derivados del agave, y que quiere hacer ver que el tequila no es lo único que hay en este pueblo mágico. Sin embargo, una de las problemáticas que se observa es que como Flor Agave crea productos de consumo no duraderos, no se genera un "Retail" en el consumidor, es decir, el turista mexicano, si no es de occidente, va a Tequila aproximadamente cada 3 años, y compra el producto una vez y, probablemente, aunque le haya





Temas que integran el desarrollo autónomo de Puntadas:

- Desarrollo organizacional.
- Estrategias de comercialización y comunicación.
- Promoción y difusión
- Claridad y calidad en el proceso
- Administración y contabilidad
- Rediseño de imagen y aplicación en productos.

gustado, no va a volver a consumir hasta su siguiente visita. Esta problemática es mayor para turistas extranjeros, primero porque los champús, las cremas, jabones líquidos, mascarilla, etcétera, son productos que de no ser menores a 100 ml no se pueden transportar en avión, el producto por obvias razones se vuelve menos duradero. La realidad de que todos estos productos, para que realmente reflejen los beneficios del agave, tienen que ser de uso constante y enfocar su mercado únicamente al turismo, lo limita.

Otro asunto son los problemas con los distribuidores. Primero, Ernestina vende los productos al costo y los compradores inflan los precios de sus productos casi al doble, haciendo que haya una incongruencia en los precios que maneja Flor Agave al público y que también estos varían según las políticas de cada distribuidor, haciendo parecer a la marca inconstante y desorganizada. Dentro de este tema, otra problemática son los días de cobro; algunos distribuidores pagan a Flor Agave hasta pasando 30 días, generando nuevamente pérdidas en sus estados financieros. Por otro lado, algunas de las casas tequileras estaban solicitando que Flor Agave imprimiera etiquetas especiales, lo que les generaba costos y trabajo extra, además de sacrificar la presencia y la personalidad de marca, de nuevo, la inconstancia.

En materia de marca e imagen, una de las problemáticas con las que nos encontramos desde el semestre anterior es el hecho de que no hay congruencia en la imagen que la empresa ha utilizado hasta ahora. Flor Agave se maneja con dos o tres imágenes: su marca inicial, con la que la Fundación Cuervo y algunos segmentos de su mercado no se sentían identificados, pero que para Ramón y Ernestina expresaba el origen y la razón de ser de su empresa; una segunda marca que fue resultado de un ejercicio experimental realizado por alumnos de un taller de diseño del ITESO, y que logró satisfacer las expectativas de la Fundación, sin embargo, para Ramón y Ernestina representó una renuncia a la imagen que les significaba tanto; y una tercera imagen, que es la que se les pedía adaptar para distribuidores como Casa Sauza, lo que estaba generando confusión respecto a la marca y los productos.

Hasta la fecha desconocemos el proceso de producción de los productos de higiene y belleza de Flor Agave, ya que Ramón sigue produciendo en su casa y no en el taller. Será una tarea para el próximo semestre analizar y atender esta parte e impulsar que instale estos procesos en el taller. Para que también podamos ayudarlo a hacer un costeo preciso de sus productos y que haya más control financiero y de sus ganancias.

Un área de oportunidad muy grande para todo Flor Agave es el área de la comunicación de las marcas hacia el exterior; hasta ahora, no habían tenido ninguna especie de estrategia que los vinculara con sus clientes, sí, existía una página de Facebook de Flor Agave en la que eventualmente se publicaba contenido, pero no hay realmente una estrategia que dicte qué clase de contenido debería de publicarse, ni cómo, ni cuándo. De la misma manera, creemos que si quieren llegar a segmentos de mercado más amplios, deberían expandir su comunicación a otras redes, buscar tener un contacto cercano con sus clientes, darles seguimiento y también empezar a buscar medios de comunicación innovadores.

4.2.5 Objetivos específicos y planes de acción (propuestas de mejora)

Los objetivos específicos que se formularon en este semestre, en conjunto con las distintas áreas de Flor Agave, llevaron a la generación de un plan de acciones para el corto y mediano plazo de este proyecto.

Objetivos y planes de acción:

1. Adecuadas estrategias de mercado.

- Trabajo en la identidad de las marcas de Flor Agave (submarca) y Barbeo.
- Continuidad al trabajo de marca y etiquetas de Puntadas.
- Aplicación de la marca de Flor Agave en productos existentes y nuevos productos.
- Generación de la página web de puntadas e intervención en sus redes sociales.
- Estrategia y separación de redes sociales Flor Agave-Puntadas



Temas que integran el desarrollo autónomo de Flor Agave:

- Desarrollo organizacional.
- Estrategias de comercialización y comunicación.
- Promoción y difusión, manejo de las redes sociales
- Claridad y calidad en el proceso
- Administración y contabilidad
- Re-diseño de imagen y aplicación en productos.

● *Estas gráficas son un síntesis que se construyó a base de la información obtenida en los árboles de problemas y de oportunidades, generados en el semestre de otoño 2016 (Reporte PAP Tomo I).

2. Desarrollo de autonomía.

- Buscar diferenciadores de identidad para la sub-marca Flor Agave de las propuestas existentes en el mercado. Siendo fieles a sus orígenes, su identidad y sus valores y representando que es un producto local.

3. Desarrollo organizacional.

- Recaltar la importancia de la separación de las líneas y de la identidad propia de cada una.
- Generar análisis y documento de gestión empresarial.
- Costear los productos tejidos para poder generar ganancia.
- Crear fichas técnicas y sistema de pedidos para facilitar la organización y la comunicación interna.
- Generar propuestas de espacio para el show room y los diferentes espacios de talleres.
- En cuanto a proveedores para Flor Agave y sus productos, hay que establecer la relación directa con ellos, por ejemplo con el proveedor de la piel, el cortador y el pespuntador.

3. Adecuada relación con la fundación y sus distribuidores

- Generar una presentación para informar a la fundación de los cambios que ha habido en la empresa y los posibles cambios en la manera de proceder.
- Generar una presentación para los distribuidores sobre las nuevas maneras de proceder y la importancia de respetar la imagen de Flor Agave, y sobre si pueden o no agregar su propia imagen a la existente.

4.2.6 Cronograma o plan de trabajo

Se trabajó en los siguientes puntos:

- Conocimiento más a fondo de la empresa.

Flor Agave (corporativo):

- Implementación de la nueva imagen
- Establecimiento
- Reorganización de áreas de trabajo
- Propuesta de showroom
- Pintado

- Propuesta de fachada
- Reestructura y redacción de documento empresarial
- Planeación estratégica

Flor Agave (submarca):

- Creación de la nueva imagen
- Rediseño de logotipo
- Creación de gráficos auxiliares
- Investigación de procesos de impresión
- Nuevos empaques
- Sesiones fotográficas
- Presupuestos de impresiones
- Catálogo con precios

Puntadas:

- Comercialización de nuevos diseños y colores
- Costeo de bolsas
- Creación de página web
- Inicio de difusión en redes sociales
- Fichas técnicas

Barbeo:

- Creación de concepto e imagen corporativa

4.2.7 Procesos y metodologías de una construcción conjunta

El equipo que estuvo trabajando en Flor Agave fue muy versátil desde el principio, cada quien tuvo tareas muy bien establecidas y supo qué hacer en todo el semestre, que al final se sincronizaban a la perfección. Lo que ayudó que se diera esta forma de trabajo es que en cada escenario de Flor Agave se vinculaban las acciones de áreas muy distintas que se tenían que solucionar lo antes posible para integrarlas al proceso global.

Aún así, lo primero que se hizo fue dialogar sobre el reacomodo de la zona de trabaj. En el espacio arrendado por Ernestina para Flor Agave se pretende que coexistan varias cosas: un showroom/ tienda, de todos los productos de Flor Agave, un espacio para las tejedoras que sería taller y almacén de materiales y productos

terminados, un espacio/laboratorio para la producción de los jabones y demás productos de higiene y belleza, un espacio para empaquetado, etiquetado y almacenaje de dichos productos, y, por último, un espacio que pretende generar una experiencia en la que los turistas puedan ir a experimentar y hacer sus propios jabones de agave. Se determinó qué espacios estarían destinados a qué propósitos y se habló sobre mandar a pintar tanto los interiores como la fachada a lo largo del semestre para empezar a trabajar en ellos. Con este reacomodo se pretende generar orden y limpieza y tener un espacio versátil que pueda ser visitado tanto por turistas y compradores potenciales, como por distribuidores y que también sea un ambiente en el que tanto Ramón pueda trabajar en sus productos, como las tejedoras puedan apropiarse de éste para trabajar en conjunto y fomentar la unión del grupo. Al mismo tiempo, los nuevos miembros del PAP empezaron a analizar y conocer esta pequeña organización a través de pláticas y pequeñas entrevistas con Ernestina y Ramón.

Nuevos diseños: La Maestra Arcelia, experta en textiles, platicó y asesoró a las tejedoras y a Ernestina proponiendo nuevos colores de hilo y a lo largo del semestre se trabajó en generar una nueva gama de colores inspirada en los colores del agave azul, para darle seguimiento al trabajo del semestre pasado que pretendía tomar elementos del contexto natural para utilizarlos en los diseños de las bolsas y así crear productos llenos de identidad. Se logró teñir la fibra de agave con anilinas convencionales, generando colores muy atractivos que le gustaron mucho a Ernestina y que se empezarán usar a futuro para las nuevas propuestas de productos.

En una de pláticas con Ernestina también saltó el tema del descontrol de los costos en las bolsas, lo cual le ocasionaba pérdidas. Las primeras semanas se empezó por definir los diferentes costos tanto directos como indirectos para la elaboración de las bolsas; esto ayudó también para llegar a un acuerdo en el que las tejedoras tengan un pago por hora trabajada y no por bolsa, lo cual beneficia tanto a Ernestina como a cada una de las tejedoras. Los costos y precios finales se obtuvieron justamente antes de la Expo Agave la cual se celebró en la Biblioteca Pública del Estado de Jalisco a finales de marzo, en donde ya se

empezaron a vender los productos con los nuevos precios.

En esta expo, también se lanzó la nueva imagen de Flor Agave, (consultar en sección de resultados) que se estuvo trabajando en varias sesiones de diálogo y muestras de propuestas. La imagen original de Flor Agave era una silueta de una mujer que salía de un agave, esta imagen no satisfacía las expectativas de la Fundación y de algunos clientes, a raíz de lo cual se hizo una intervención por parte de alumnos de proyectos de diseño del ITESO; en un ejercicio experimental, se seleccionó una de las propuestas logradas en este ejercicio y empezó a distribuirse como la nueva imagen de Flor Agave. Sin embargo, Ramón y Ernestina no estaban satisfechos con esta imagen, ellos defendían la propuesta original de la mujer, porque sentían que plasmaba mejor la razón de ser de su marca: una celebración a las mujeres, y sentían que al cambiar la imagen había desaparecido esta idea. Lo que se buscó lograr con este rediseño fue rescatar la idea original de la figura femenina, que significaba tanto para ellos, dándole sólo un nuevo estilo, a través de un trazo distinto y una tipografía más elegante, logrando así algo que cumpliera las expectativas tanto de Ernestina y Ramón como de la Fundación Cuervo.

Una vez definido el logotipo se empezó a trabajar en nuevos empaques que le dieran un carácter único a los diferentes productos de esta marca; se hizo mucho énfasis en los materiales en los que se imprimirían estas nuevas etiquetas y empaques, se buscaron materiales que elevaran la imagen percibida de los productos para que así se adaptaran mejor a sus segmentos de mercado potenciales. Hubo una sesión en la que todo el equipo se unió para dedicarle el día a empaquetar jabones y así enseñarles a los artesanos los cambios en la manera de empacar y lograr juntos terminar el pedido fuerte para el lanzamiento de estos en la Expo Agave.

De manera simultánea, se trabajó con una propuesta de gestión dentro de la empresa para que los problemas de comunicación interna se solucionaran, el mercado se definiera, se establecieran planes de promoción y difusión, y se conociera en qué situación se encuentra la industria de textiles, de higiene y belleza, la misión y la visión con la que se mueve Flor Agave como marca paraguas

y cada una de las ya mencionadas sub-marcas Puntadas, Flor Agave y Barbeo.

En las últimas sesiones se terminaron las fichas técnicas, (consultar en sección de resultados) en las cuales se especifican los diferentes colores, los tipos de puntadas y tamaño, el estilo o la silueta de la bolsa. Y se hizo una reunión con las tejedoras para ver si es posible que se adapten a trabajar con estas fichas, la sesión dio buenos resultados. Esta manera de trabajar beneficiará tanto a las tejedoras como a Ernestina como jefa, para poder estandarizar ciertas características que es importante conservar en las bolsas. También será útil para levantar pedidos a su grupo de trabajo de manera más clara. Mas este día no era el mejor para comunicar y charlar con las tejedoras, pues fue un día de tristeza para todo el equipo, debido al sorpresivo fallecimiento de una de las artesanas más queridas por el grupo Arcelia, “la China”.

El logotipo e imagen de Barbeo (consultar en sección de resultados) también por fin se definió después de varias propuestas acertando a la propuesta de valor que propone esta marca la cual es realizar productos artesanales de higiene y belleza dirigidos a un mercado masculino.

Los últimos documentos en terminarse fueron los catálogos, el manual de identidad, las fichas técnicas y el documento de gestión corporativa con su planeación estratégica (ver anexo p.121).

4.2.8 Desarrollo de productos, resultados alcanzados

FlorAgave, corporativo: Manual de Identidad y Manual de estructura Corporativa. Dentro de la marca paraguas se estuvo trabajando en hacer entender a los miembros de Flor Agave la importancia de la separación de la marca y submarcas y la importancia de focalizar sus acciones, que en lugar de hacer esfuerzos globales en cuanto a la administración, comunicación y difusión de una sola gran marca, hacer pequeños esfuerzos enfocados a cada línea. Se definió el rol de la marca gráfica y la manera en que se expresa y se aplica en cada una de las submarcas. Definido a fondo en el “Manual de identidad corporativa”, documento en el que se regulan las aplicaciones de todas las marcas que integran Flor Agave.

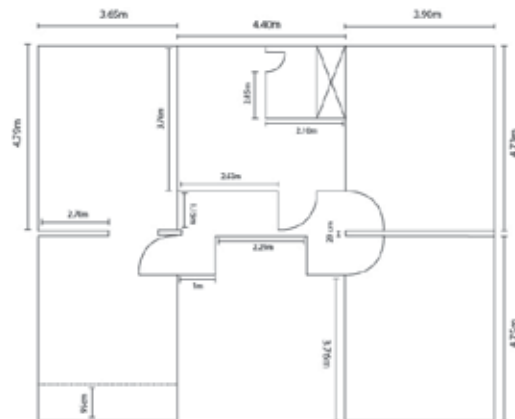
FLOR AGAVE



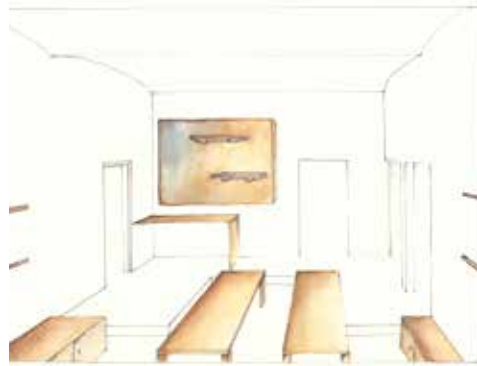
Uno de los frutos más importantes de este semestre es el “documento de gestión empresarial”, resultado de la indagación profunda en la estructura de la empresa, sus orígenes, su razón de ser, etcétera. Herramienta que será entregada a los artesanos, pues es importante que ellos tengan claros sus orígenes y sus objetivos para poder actuar congruentemente.

Se inició con el proceso de propuestas y generación de ideas para el espacio designado a los talleres, el showroom/tienda y la propuesta para la fachada de FLOR AGAVE.

Plano del taller de FLOR AGAVE



Propuesta del showroom



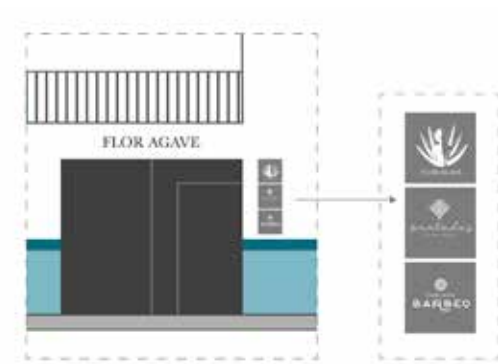
Fachada actual



Propuesta de fachada



Acercamiento fachada



4.2.8.1 FLOR AGAVE (submarca):

Como respuesta a la problemática de la incongruencia de la marca y sus diferentes usos y a la inconformidad de los actores de la misma empresa, se hizo un re-diseño de la imagen de Flor Agave, que se usará exclusivamente para la línea de higiene y belleza. Tratando de rescatar el concepto original que significaba tanto para ellos, buscando un equilibrio entre las expectativas de la fundación, de los diferentes distribuidores, de los consumidores, y, sobre todo, de los artesanos empresarios.

Ilustraciones generadas para los gráficos auxiliares: • Agave • Avena • Romero • Caléndula • Cola de caballo • Manzanilla



El material completo de diseño se puede ver en el anexo

Proceso de rediseño de marca Flor Agave:
Rediseño de los siguientes productos de Flor Agave:

Jabones:

- Jabón de agave
- Jabón de agave con romero
- Jabón de agave con avena
- Jabón de agave con manzanilla
- Jabón de agave con caléndula
- Jabón de agave con cola de caballo

Productos para el cabello:

- Champú de agave
- Champú de agave con romero
- Acondicionador de agave
- Crema para peinar de agave
- Mini champú

Cremas y otros productos:

- Crema corporal de agave
- Crema facial de agave
- Mascarilla
- Mini crema

(Las fotos de todos los productos se encuentran en el anexo)



4.2.8.2 Puntadas FLOR AGAVE (submarca):

Como continuación al trabajo del semestre anterior en Puntadas se le dio seguimiento a varios procesos, en cuanto a la comunicación se hizo la separación de las redes sociales y se recalcó la importancia de la presencia en ellas. Se generó una página web: www.puntadasfloragave.com

Como solución a la problemática del área organizacional y de relación entre las pares del grupo, se generó un juego de fichas en las que se especifican todas las características de cada uno de los productos para que no haya malentendidos y la comunicación sea más fácil.

Se diseñó un catálogo para facilitar la comercialización de los productos de Puntadas Flor Agave.

Fichas técnicas

Bolsa de noche.	
Descripción	La bolsa consiste de una base de 2 suelas de puntadas cerradas sencillas y 10 suelas con pincas y para la solapa 8 suelas más con la puntada de pincas a la mitad del ancho de la bolsa.
Forma	
Medidas	31 x 27 cm
Asa	120 x 2.5cm
Peso aprox.	220 gr.
Modelos de bolsas	



Catálogo de productos



FLOR AGAVE

TABLA DE COSTEO

Tipo de bolsa	tiempo	12	peso	hilo	ferros	piel	amanes	botones	cierres	amanes	Costo total de produccion	costo redondeado	precio con margen de 30%	precio de venta
bolsa zorro 	6	72	165	28.38	60	45.6	10	10		10	225.98	226	293.8	\$309
bolsa noche 3d 	15	180	220	37.84	30	11.315	10			10	279.155	280	364	\$365
invernal flor 3d 	20	240	295	50.396	30	18			10	10	358.396	360	468	\$470

Tabla de costeo

4.2.8.3 Barbeo (submarca):

Se generó una propuesta de branding para la nueva marca de Flor Agave, inspirada en el proceso Tequilero del Barbeo.

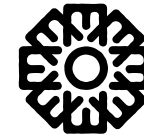
4.2.9 Impactos generados

Muchos de los resultados obtenidos del trabajo del semestre pasado, en conjunto con el trabajo de este semestre son intangibles. Es sumamente notorio que tanto Ramón y Ernestina, como el equipo de tejedoras, empiezan a darse cuenta de que era necesario hacer una reorganización empresarial y que la separación de las marcas es una solución que empieza a dar frutos; son conscientes de que su empresa, su imagen y su marca tenían muchos problemas, y empiezan a ver las propuestas no sólo como ideas sino como soluciones reales a sus problemas.

Son más sensibles a los elementos que pueden sumar a su identidad, son más conscientes de lo que quieren y no quieren ser y hacer con sus productos, sus distribuidores, etc.

Es un desarrollo, y está comenzando, pero se ve en la mentalidad de los artesanos un cambio positivo; en la parte de motivación, los que pertenecen a Flor Agave están más dispuestos a escuchar, a discutir, dialogar y darnos también sus puntos de vista. La parte de la inteligencia emocional es lo más difícil de cambiar, pero a partir de esto es más sencillo el funcionamiento de sus procesos.

Ernestina está agradecida con el trabajo que se ha realizado, la parte de mejorar la imagen y la presencia de los productos, así como el manejo administrativo y financiero. Era esa parte que ella sabía que tenía que hacer un cambio para que estuviera completamente satisfecha, sin embargo, queda todavía un camino que recorrer.



FLOR AGAVE

BARBEO



4.2.10 Visión del proyecto hacia el futuro y recomendaciones

Como ya se dijo, este proyecto apenas está empezando y hay muchas áreas de oportunidad en las que se puede intervenir.

Un proceso que quedó inconcluso este semestre es el de las propuestas para el espacio, “Taller/Showroom”; el desarrollo de este espacio beneficiará a todos los actores de la empresa: al grupo de tejedoras les dará la oportunidad de trabajar juntas y aprender unas de otras; para Ramón será un espacio en el que va a poder tener una fabricación más limpia y ordenada, y en donde va a poder optimizar sus procesos, teniéndolos todos en el mismo espacio, producción, envasado, etiquetado, almacenamiento. Al agregar también el showroom les dará un espacio propio en donde puedan crear un vínculo, tanto con ellos mismos como con su mercado; aquí podrán recibir a consumidores, gente interesada, distribuidores y otras personalidades y le dará formalidad a su empresa. Todo esto se vincula con el hecho de Tequila es un pueblo turístico relativamente pequeño en donde los visitantes constantemente están buscando cosas por conocer y hacer, pues el calificativo “taller artesanal” atrae a ciertos mercados. Este espacio por sí mismo atraerá turismo y abre la oportunidad a otro tipo de actividades y de negocios.

Por otro lado, la comunicación y difusión es un área en el que se tiene que profundizar. Se dio un primer paso abriendo las plataformas sociales para que puedan tener mejor contacto con sus mercados; sin embargo, hace falta hacer una fuerte labor de diálogo y de ayudar a la comprensión y apropiación de estos canales y de lo mucho que pueden beneficiarse.

En el área contable y de administración es importante seguir tomando en cuenta los datos obtenidos en este semestre y seguir registrando e indagando sobre los costos y precios para poder mantener el negocio a flote. Igualmente, es importante hacer un proceso de costeo y de conocer a fondo el proceso de producción ahora de la línea de higiene y belleza de Flor Agave.

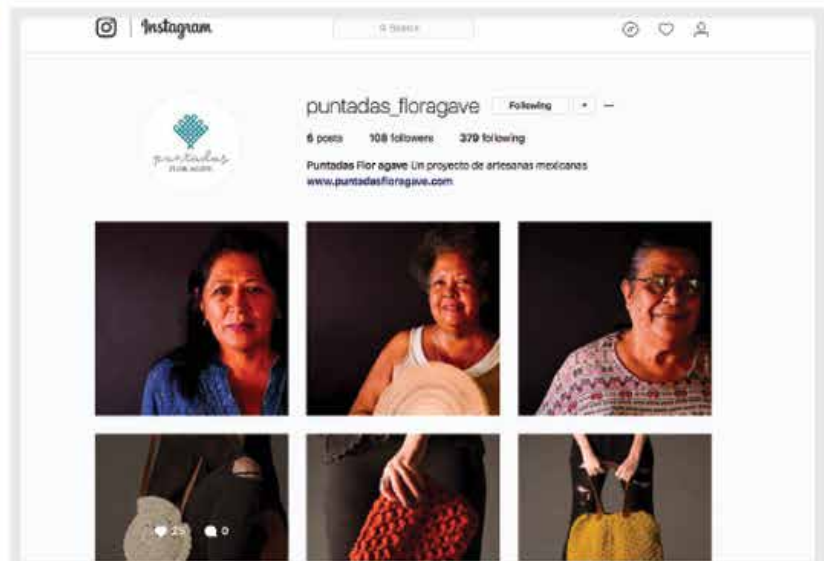
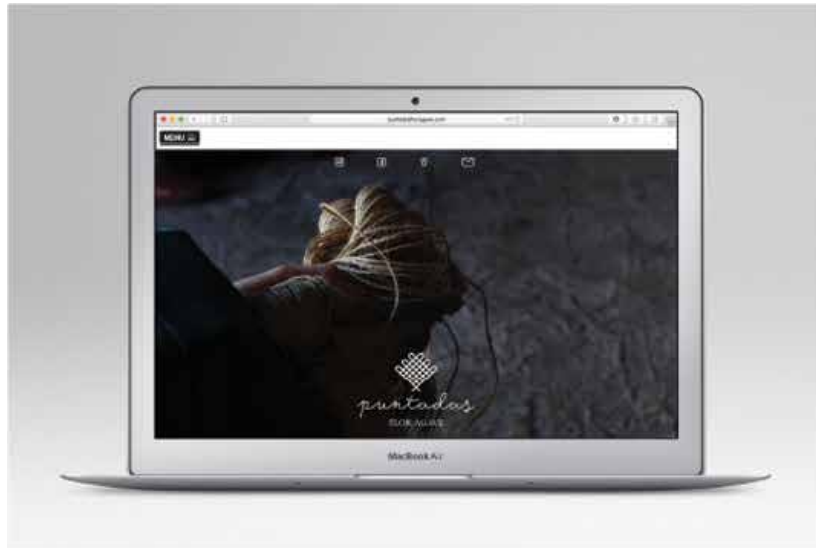
Es importante tratar el mercado de las cremas de distintas maneras, a partir de la distribución, más que nada para lograr que el consumidor sea constante en la compra de los productos y se logre un cambio; como se mencionó antes, es un producto de uso insistente y en el turismo no se va a lograr.

En cuanto a la innovación y generación de nuevos productos, es valioso sobre todo en el área de Puntadas, que se les siga pidiendo a las tejedoras ideas de aplicaciones del contexto natural a sus productos, aunque no entren en la línea que se está comercializando actualmente, pero de este modo podrán mantenerse creativas y productivas, y después podrán dialogar las ideas y productos que cada una ha generado, para así definir qué productos pueden entrar en una nueva línea cuando se decida lanzarla.

Como este semestre se trabajó más bien con procesos internos que involucraban principalmente a Ernestina y Ramón, se dejó un poco de lado el trabajo con el equipo de tejedoras, y como resultado, ellas tampoco se juntaron por iniciativa propia. Es importante procurar que se reúnan, para que se mantengan unidas, compartan sus opiniones, sus ideas, conocimientos y que además tenga sentido para ellas pertenecer a un grupo.

Para la nueva línea “Barbeo”, que está en proceso, el área de oportunidad es enorme, puesto que son procesos que apenas comienzan y hay la posibilidad de guiar los procesos desde un inicio.

Se recomienda trabajar en el grupo aspectos de colectividad para lograr un nivel de decisiones más equitativo y para poder crecer en conjunto. También es recomendable llevar la relación con la Fundación hacia una relación más equilibrada, encaminada a generar una autonomía por parte de la empresa que la impulse a seguir creciendo y a buscar nuevas oportunidades. Asimismo, seguir buscando una estructura organizacional más funcional y mejores estrategias administrativas, de innovación, comercialización, promoción y ventas.



Diseño y habilitación de la página web
Puntadas Flor Agave

4.3 La fábrica de papel de agave FIBRAZ

4.3.1 Historia y antecedentes

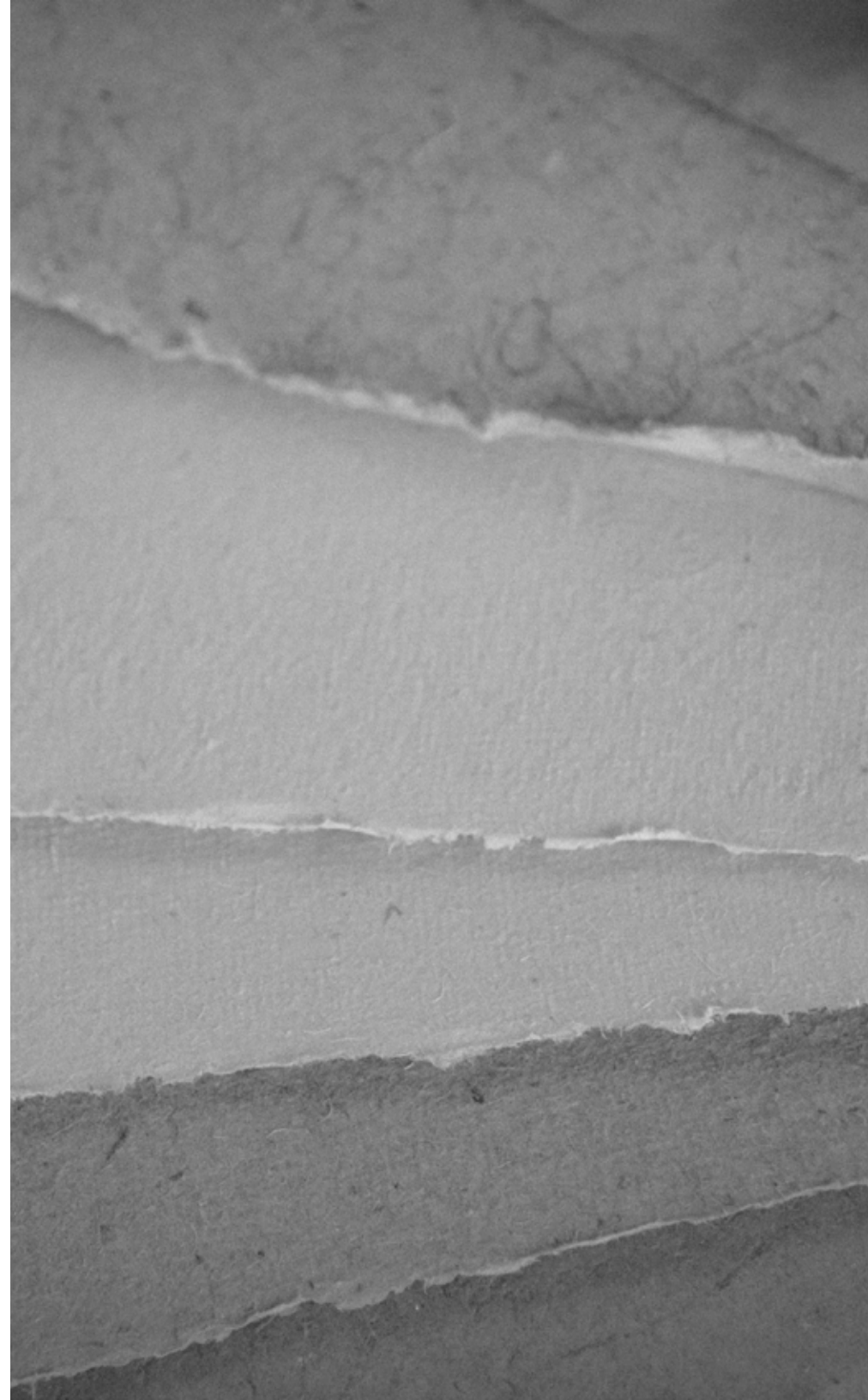
FIBRAZ surge en 1999 por el aumento de la producción tequilera y los residuos fibrosos de la industria. El proyecto nace a partir de una serie de talleres promovidos por la Fundación José Cuervo hace 19 años, los cuales tenían como objetivo mostrar posibles maneras de reutilizar el desperdicio de materia prima. Gracias a esto, Norma Macías y su esposo Jorge Eguiarte aprenden algunos procesos y técnicas para la transformación del bagazo. A pesar de que cada uno ya se dedicaba a algo diferente (ella licenciada en comercio y él ingeniero en mecánica), se vieron tan interesados en el trabajo artesanal que decidieron emprender un modelo de negocio en su pueblo de origen, aprovechando los residuos que genera el proceso de la producción del tequila, elaborando papel con fibra de agave.

Les llevó aproximadamente un año de investigación, a base de prueba y error, encontrar el proceso más efectivo para producir el papel. Investigando en el Centro de Celulosa y Papel de la Universidad de Guadalajara qué maquinaria era necesaria para la producción del papel y aprovechando los conocimientos del Ing. Jorge Fuentes, lograron diseñar su propia maquinaria. A partir del año 2001 hasta la fecha la fábrica FIBRAZ cuenta con un proceso mucho más preciso, sin quitar la importancia del proceso artesanal para la elaboración de sus productos.

4.3.2 Diagnóstico social –organizacional

En FIBRAZ la persona que se encuentra al mando es Norma Macías.

Ella es la encargada de la fábrica, pero quienes se encargan de la mano de obra y el trabajo de los procesos son sus ayudantes. Durante el periodo anterior estaba un joven llamado Jorge, quien realizaba toda la secuencia para la producción de papel; Norma comenta que era sumamente efectivo y tenía la habilidad de tener



gran producción en poco tiempo. Jorge dejó de trabajar al término del 2016, de modo que durante este periodo de primavera 2017 un nuevo joven -Arturo- reemplazó su trabajo. Sin embargo, durante las últimas semanas del semestre, fue despedido debido a su escasa producción y el tiempo excesivo que le tomaba realizar las tareas. Así pues, actualmente trabajan dos personas en FIBRAZ, Michelle, quién acaba de entrar, y Susana. Esta última funge como asistente principal de Norma, tiene 8 meses y medio de embarazo en estos momentos, espera un parto prometedor y es quien está al pendiente de lo que sucede en la fábrica.

FIBRAZ colabora con la Fundación José Cuervo y otros artesanos, vendiendo sus productos en la tienda de José Cuervo. Han participado también en cursos de innovación y ferias de emprendimiento.

En el periodo de otoño 2016 se comenzó el trabajo en cuanto al adecuamiento del espacio en FIBRAZ, para que estuviera en condiciones óptimas, bajo las medidas de seguridad correctas y así poder iniciar con el taller y recorrido para turistas.

En la reunión que se tuvo al principio de este semestre con Norma se hizo un análisis del estado actual de FIBRAZ. Nos dimos cuenta de que no se contaba con un plan de capacitación hacia los nuevos integrantes, así como también se observó que no había una comunicación adecuada, desde la historia de FIBRAZ, procesos de manufactura, comercialización, manipulación de maquinaria, materiales y herramientas ocasionando que los empleados no se sientan motivados hacia su desarrollo personal, alejándose de los objetivos reales establecidos.

4.3.3 Diagnóstico técnico – ambiental

La industria tequilera aumenta con los años y esto genera gran cantidad de residuos (bagazo de agave azul) que van directo a los desechos orgánicos. Estos se utilizan, en una mínima cantidad, como abono para los campos, pero gran parte es ignorado. FIBRAZ es quien aprovecha esto, desarrollando un proceso para la fabricación de papel, el cual reduce el impacto generado al medio ambiente, que junto con la creación de una gran variedad



de productos, se busca concientizar al público en general sobre el aprovechamiento de residuos orgánicos de la industria local-contextual.

Durante el semestre anterior se identificó un proceso robusto para la fabricación de papel, el cual se documentó y se archivó en seis pasos secuenciales (ver documento del periodo otoño 2016).

Por parte del equipo de ingeniería se hicieron unas gráficas que nos ayudan a analizar de otra manera el tema y así poder atender las necesidades y problemáticas encontradas (Procesos de ingenieros, gráficas de Corazón y Omar, ver pág. 73)

4.3.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

En la fábrica de FIBRAZ Norma Macías funge el papel líder del proyecto. Sin embargo, dentro de las observaciones durante el transcurso del semestre se ha identificado que únicamente se hace cargo del área administrativa y no se involucra lo suficiente en los procesos que competen a la fábrica en general. Existe, desde este entender una falta grande de motivación y volver a conectar con el origen del proyecto. Es precisamente esto que se identifica como principal problema, generando problemáticas o subproblemas que impiden la transformación del todo.

El resultado es una falta de crecimiento, un producto final carente de la calidad necesaria requerida, la rotación frecuente y la falta de interés del personal y pocas ventas junto con un sentimiento de inconformidad.

Al estar latente un sentimiento grande de desencanto, se cree que Norma ha optado por una actitud de jefa, mas no precisamente de líder. Una actitud que en lugar de liderar, demanda acciones y sólo espera recibir.

Al no involucrarse en los procesos, es inexistente un filtro de calidad haciendo que el resultado de los productos sean medianos y pueda derivar en la falta de ventas. Demandar y exigir sin estar, desconcierta al personal y también ha llegado a desconcertar al equipo de trabajo del PAP para este escenario.

Esto deriva también en la falta de seguimiento de los objetivos y recomendaciones planteados en el semestre pasado dificultando el trabajo de todas las partes.

Sin embargo, dialogando y trabajando con ella en este semestre provocó que ella cayera en la cuenta de lo que estaba provocando el estancamiento y esto ha permitido entender el trabajo. Esto abrió la posibilidad de seguir planteando soluciones para que, sólo en colaboración, pueda avanzar de manera positiva en este proyecto que nace bajo una idea muy rica de sustentabilidad.

Entendiendo esto, las problemáticas puntuales identificadas son:

1) Desencanto y falta de motivación:

- Escaso seguimiento en los procesos de la fábrica por parte de Norma.
- La falta de comunicación efectiva entre el equipo de trabajo
- Rotación de personal.

2) Un gasto excesivo en el armado de la joyería que se realizó en otoño 2016.

3) Manejo técnico de procesos.

Como al inicio del periodo no se tenía una comprensión de la problemática principal, se dio continuidad al trabajo de otoño 2016 en el desarrollo de nuevos productos. Se trabajó principalmente en el diseño de joyería, en segunda instancia bowls, abanicos y finalmente se hicieron pequeñas pruebas y diagnóstico para determinar si un diseño de lámparas y pantallas valía la pena.

Como ya se mencionó anteriormente en este semestre de primavera 2017 se pudieron identificar tres problemáticas principales:

Capacitación a colaboradores: Se identificó que el colaborador no recibía una capacitación adecuada sobre el manejo de maquinaria, la ubicación de materiales y herramientas, por lo cual se le complicaba la realización de las siguientes operaciones:

- Manejo de báscula.

- Tapado de digestor.
- Mezcla de componentes (sosa cáustica y agua).
- Utilización del molino.
- Encendido de quemador.
- Formado de papel.

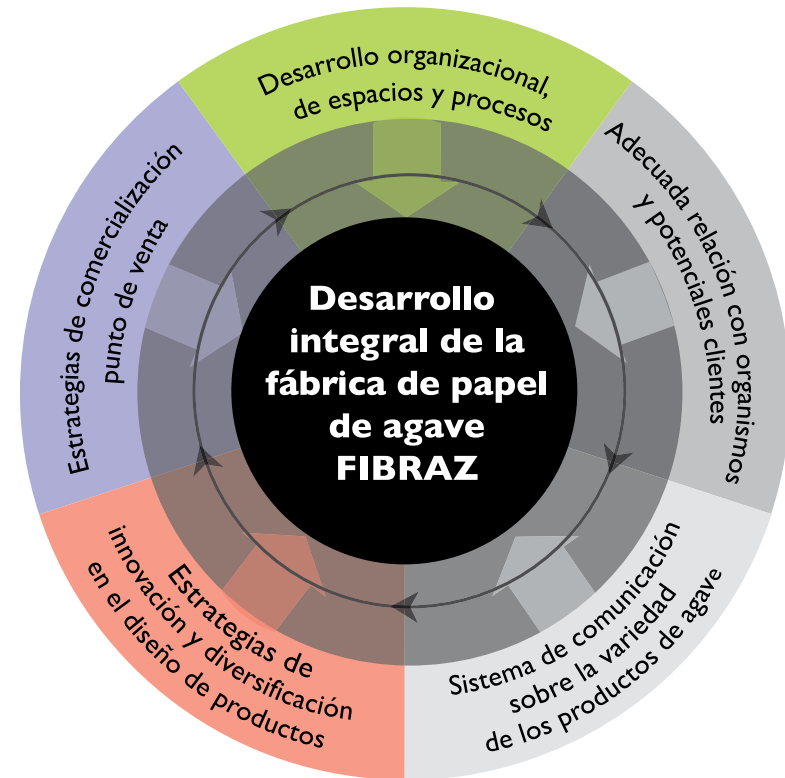
Rotación de personal: Actualmente FIBRAZ no cuenta con un plan de trabajo que incluya a los colaboradores a participar en los procesos de una manera activa, generando una desmotivación hacia su desarrollo personal y una incertidumbre sobre su futuro dentro de FIBRAZ viéndose en la necesidad de renunciar al puesto de trabajo.

Comunicación: Norma no se involucra con el colaborador de una manera adecuada debido a que desde un principio no se da la información completa sobre las actividades a realizar y objetivos actuales de FIBRAZ, no se adapta al rol que normalmente un encargado debería tener, ya que no cumple las funciones de un líder.

Motivación hacia los empleados: Se encontró como una causa a la rotación de los colaboradores de FIBRAZ, ya que no cuenta con un plan de incentivos, plan de desarrollo personal, prestaciones (salud, bonos de productividad, fondo de ahorro), no se halaga cuando se hace un buen trabajo y cuando se comete un error no se buscan las causas sino que se le reprende al colaborador.

Organización de materiales y herramientas: No se tiene definida una zona de herramientas, ya que éstas están por todos lados, desconociendo su ubicación, no están definidas las herramientas existentes adecuadas a utilizar en las distintas áreas del proceso como:

- Las llaves para cerrar el digestor (llave española, llave con dado, tuercas y rondanas).
- El compactador del bagazo.
- Herramienta para mezclar componentes.
- Equipo de protección personal.



Temas que integran el desarrollo autónomo de FIBRAZ:

- Desarrollo organizacional de espacios, recursos humanos y procesos de producción.
- Estrategias de comercialización y comunicación.
- Diseño de los sitios web y facebook para una mejor comercialización.
- Promoción y difusión.
- Innovación de productos.

*Esta gráfica es un síntesis que se construyó a base de la información obtenida en los árboles de problemas y de oportunidades, generados en el semestre de otoño 2016 (Reporte PAP Tomo I).

4.3.5 Objetivos específicos y planes de acción (propuestas de mejora)

De acuerdo a las modificaciones de espacio que se lograron el periodo anterior, se pensó en el diseño de espacio para un showroom donde Norma pudiera exhibir los productos derivados del papel y el muestreo de los colores y gramajes de los pliegos que maneja, de modo que se realizaron los planos y bocetos para la propuesta del showroom.

Y finalmente, desde un punto de vista mercadológico, se hizo una relación entre el tiempo, mano de obra y el precio de las cosas.

Nuestro objetivo principal fue encontrar la mejor manera de capacitar a los nuevos colaboradores, esto a través de análisis general de los procesos, desde el pesado de materia prima hasta el formado del producto, con la finalidad de crear datos históricos (base de datos), que con el tiempo ayudaría mejorar el proceso de capacitación a los nuevos empleados; proceso de manufactura; calidad del producto final; comunicación (colaborador/directivo).

Propuestas de mejora:

- Herramienta para compactar el bagazo.
- Repisas de materiales y herramientas.
- Juntas para involucramiento y retroalimentación constante (semanales).

4.3.6 Metodologías utilizadas

En cuanto a la innovación se dio una sesión de talleres donde los artesanos pudieron emplear metodologías del diseño con diversas actividades, donde se trató de abrir los panoramas. Se desarrollaron pruebas en conjunto para sacar nuevas ideas y posibles productos. Por otra parte, Norma y su equipo nos invitaron a una sesión de aprendizaje sobre su técnica para conocerla más de cerca y poder tomar decisiones más acertadas.

Se tuvo la oportunidad de seguir avanzando por medio de prueba y error con la colaboración de Norma en los distintos aspectos a trabajar. Así se crearon productos como joyería, los kits de herramientas para los talleres con turistas, para hacer papel y bowls de pulpa de papel.

Estudio de tiempos y movimientos: consiste en tomar el tiempo que se tarda el empleado en hacer o realizar una actividad determinada y por otro lado observar los diversos movimientos que efectúa el cuerpo para ejecutar el trabajo. Para la realización de la misma se siguieron los pasos siguientes:

- Conocer todas las áreas del proceso de fabricación de papel de agave.
- Hacer un formato en Excel para el estudio de tiempo.
- Crear una lista de actividades que se hacen en las diferentes áreas de acuerdo al proceso de fabricación.
- Informarle al empleado, así como a la encargada, sobre el estudio de tiempos y movimientos.
- Informar al empleado que debe estar tranquilo en el transcurso del estudio.
- Analizar los tiempos muertos como una propuesta de mejora.

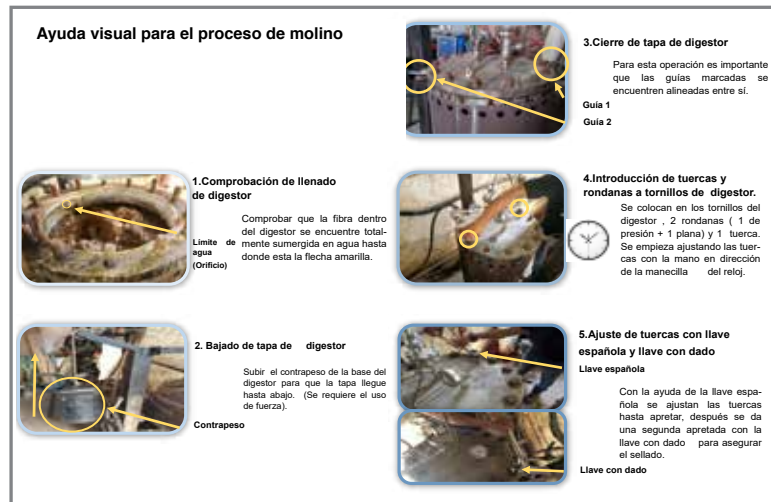
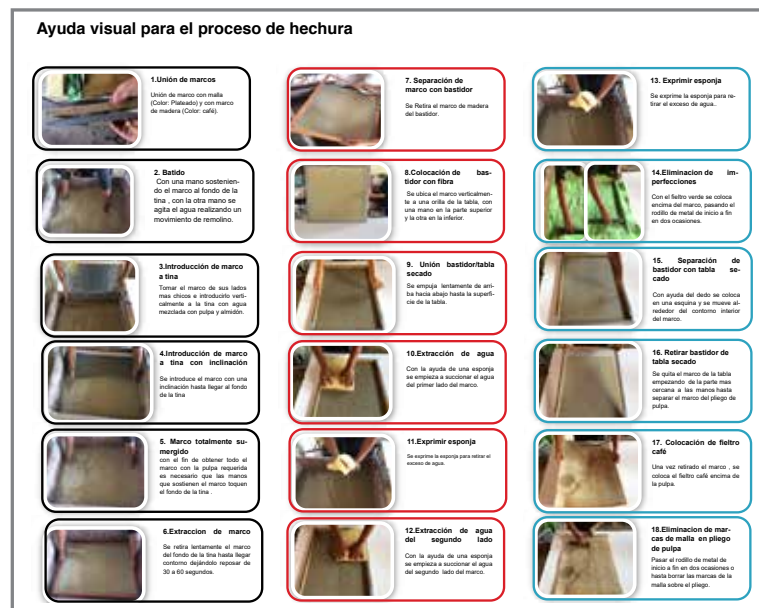
Ayudas visuales: Son fotografías del proceso con señalamientos y texto con indicaciones precisas de cómo realizar un formado de papel (que va desde armar el marco con bastidor hasta separación de papel), tapado de digestor, utilización de molino, encendido de quemador.

4.3.7 Cronograma o plan de trabajo

En el transcurso del PAP se estuvo trabajando desde un inicio sobre el conocimiento de lo que hacen los artesanos de la Fundación. Visitamos al inicio la biblioteca del Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias (CUCBA) para conocer más sobre los diversos aspectos del agave y sus derivados. En el caso de FIBRAZ se estuvo trabajando con Norma respecto a la mejor distribución del tour, elaborando infografías, señales de ubicación (En el anexo se encuentra el cronograma).

4.3.8 Proceso de construcción conjunta

Empezamos con una serie de cuestionarios para conocer la marca, su historia, su proceso de elaboración, la gama de productos con la que ya contaban, sus futuros proyectos y lo que esperaban



Nota: Las gráficas completas se encuentran en el anexo.

de nosotros como institución. Se realizó un análisis en donde se detectaron problemáticas y oportunidades. A partir de las metas establecidas se comenzó a trabajar con Norma, se plantearon sugerencias dentro de los cambios que ella quería, propuestas que fueron aprobadas.

Para considerar el punto de vista de los “posibles clientes”, es decir los turistas, se realizó una serie de entrevistas en las que se preguntó sobre el valor que se le da al trabajo artesanal y su posición ante ello. Esto lo comentamos con Norma e hicimos una lluvia de ideas sobre el flujo y la logística que debía de tener su proyecto de tours y establecer parámetros.

4.3.9. Desarrollo de productos, resultados alcanzados

Se logró obtener una distribución más adecuada del espacio de trabajo, además pensando en las necesidades del tour de turistas para elaborar papel de agave. Por medio de diagramas se logró de manera visual informar sobre el proceso artesanal y éstos se colocaron en las áreas de trabajo.

En el estudio de tiempo que se hizo en FIBRAZ están detalladas todas las actividades del proceso de fabricación de papel, los tiempos estimados para realizar cada tarea, así como los tiempos reales. También hay un apartado de observaciones, donde se tomaron notas de tiempos muertos, de ocio y generales. Por otro lado, es importante mencionar que hay una parte donde se mencionaron las herramientas y materiales que se utilizan para cada trabajo. Pero, ¿por qué es importante realizar un estudio de tiempos y movimientos? ¿cuáles son las ventajas? Un estudio de tiempos es importante, ya que a partir de su aplicación podemos encontrar la manera adecuada de efectuar el trabajo, nos ayuda en seleccionar los mejores procedimientos, materiales, herramientas, equipo, etc., donde el objetivo principal de este trabajo es reducir el tiempo requerido para la ejecución de una tarea o trabajo.

Ventajas de estudio de tiempo y sus alcances:

- Reducir el tiempo requerido para la ejecución de una tarea o trabajo.
- Eliminar los movimientos innecesarios para la tarea.
- Acelerar los movimientos eficientes.
- Estandarización de procesos.



Contenido para la promoción en página Web

Se continuó con el proceso de rediseño y nuevos productos, en donde se decidió enfocarse en otras áreas como la joyería, artículos para interiorismo como luminaria, bowls y accesorios. Se le dio seguimiento a la parte gráfica para redes sociales, el tour y su logística en donde se vieron detalles finales. Asimismo, se realizó una propuesta para el showroom donde se mostraran los distintos productos artesanales por medio de planos y sketch, se hizo una retroalimentación sobre los aprendizajes, ventajas y desventajas sobre los avances para detectar los posibles procesos y adecuamientos en los próximos semestres.

Al observar el gasto del armado de la joyería anterior, se decidió optar por nuevas alternativas y nuevos productos que fuesen acordes al contexto natural y cultural de la región, se cambió el material, la propuesta, la inversión y el diseño.

La joyería anterior que Norma estaba vendiendo no se hacía en la fábrica, alguien más realizaba el proceso. Ésto le costaba a Fibraz \$200 por collar, en chapa bañada en oro. Con el rediseño se logró que el costo se redujera considerablemente a apenas \$29 el gramo, es decir, alrededor de \$60 por par de aretes en plata. Se diseñaron las nuevas piezas bajo la premisa de tener un armado sencillo, para que éste se realizara con el personal de la fábrica de papel y así aligerar el costo. Es decir, el trabajo en plata se manda hacer y llega a FIBRAZ listo para que ahí se arme con el papel y se agreguen los detalles finales. De modo que se enseñó a Norma y su personal el proceso de armado y cómo integrar las piezas necesarias para obtener un producto final de calidad. Al papel se le hizo un tratamiento de protección para la humedad, para que así no hubiera problemas con el tiempo de vida de la joyería.

Para llegar al diseño actual de la joyería se hizo una conceptualización de elementos tomados del contexto natural y cultural de la región: la coa, el agave y las pencas. De modo que a partir de esto se formó una abstracción de dichos elementos llegando al diseño de las tres piezas diferentes. Como resultado se obtuvo joyería fina de plata con una propuesta contemporánea y coherente de diseño, pudiendo competir así con un segmento de mercado de mayor nivel (el proceso de conceptualización está en el anexo págs. 128-130)



Se acordó que, tomando en cuenta el costo de la manufactura de las piezas en plata, el tiempo del armado y la propuesta de diseño, el gramo de las piezas terminadas, con todo y papel, costará \$80 el gramo, es decir, si un par de aretes pesa dos gramos, a la venta estarán en \$240, un precio que se percibe justo.

4.3.10 Impactos generados

Los impactos que se han generado en FIBRAZ se desarrollan principalmente en las personas en su entorno, ya que se está desarrollando un plan real para el apoyo y diseño del tour, una idea que ya tenían previamente, pero faltaba realizarlo en concreto. Otro impacto que se generó es el trabajo en conjunto con Norma y las personas de FIBRAZ, el apoyo a búsqueda de nuevos productos y la motivación a seguir con la realización de diferentes productos, terminados y actividades.

Uno de los impactos generados en FIBRAZ por el “estudio de tiempos y movimientos” es que FIBRAZ conoce el tiempo requerido que necesita un operario para realizar una actividad determinada; por un lado, se conocen los tiempos muertos y movimientos innecesarios durante el proceso de fabricación de papel, disminuyendo el tiempo de ejecución de las tareas, permitiendo aumentar la producción sin cambiar las características del producto. Por otro lado, las ayudas visuales hacen un impacto directamente sobre los nuevos integrantes de FIBRAZ, ya que

éstas son fotografías que ayudan al colaborador a entender con facilidad los diferentes procesos que se realizan en la misma.

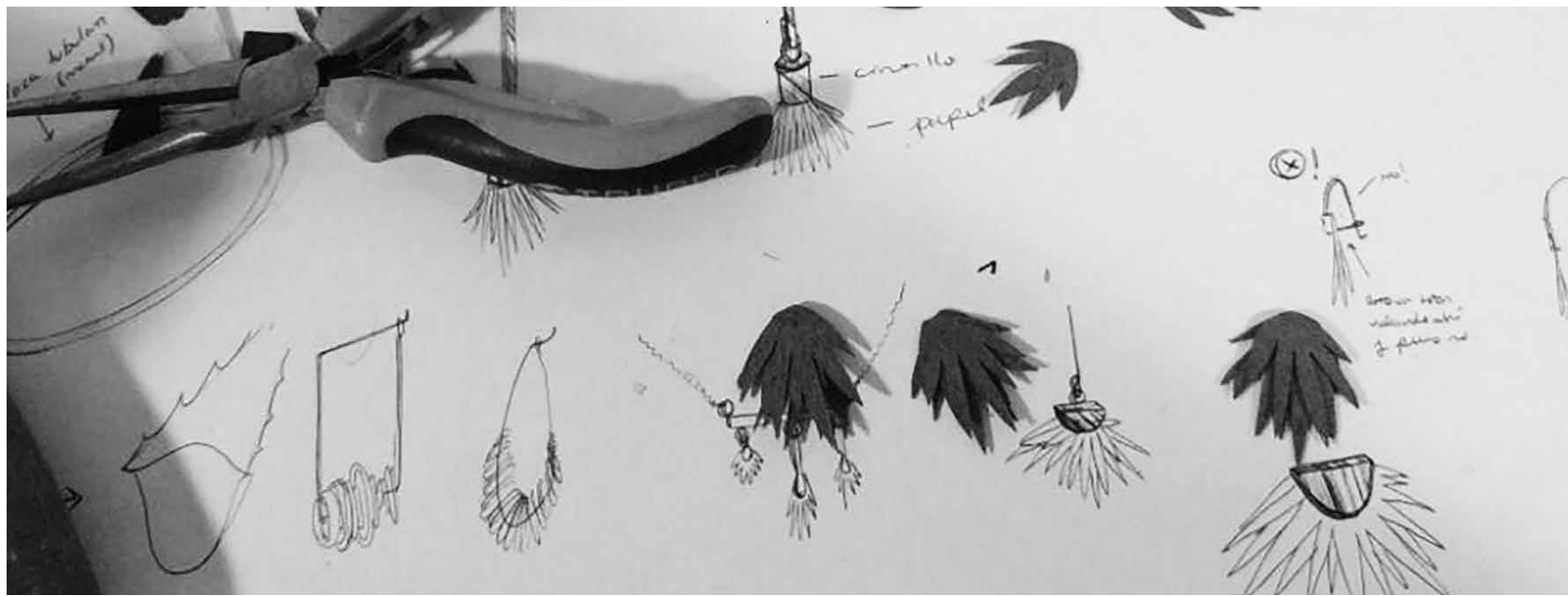
4.3.11 Visión del proyecto hacia el futuro

Se planea hacer de FIBRAZ una empresa que represente en su totalidad a su tierra, que sus artesanías o proyectos te hagan recordar dónde has estado y que se distingan por su buena calidad y su utilidad, que esta fábrica deje huella tanto en Tequila, como en los turistas y en el medio ambiente, siempre con un toque de originalidad e innovación, para así ser reconocidos como un pueblo rico en artesanías que atraiga a los turistas por esto al igual que por el tequila.

Se tiene como objetivo dirigirse a grandes empresas papeleras, a negocios de joyería-bisutería, a papelería especializada en eventos y negocios dedicados al diseño interior y decoración.

Sin dejar de lado la búsqueda del apoyo a comercio justo, compras locales y contratación de personal originarios de la zona, lo cual afectará de manera positiva la economía no solo de la empresa sino de la población.

Una vez que FIBRAZ tenga los resultados de la técnica aplicada (estudio de tiempos y movimientos), se espera que aumente su productividad sin afectar la calidad de su producto, facilitando el cumplimiento con los pedidos así como también se espera que FIBRAZ en un futuro tenga una organización sólida (procesos estandarizados) y sea reconocida nacionalmente.





Joyas de plata con papel de agave teñido



Propuesta banner
exterior frente y reverso

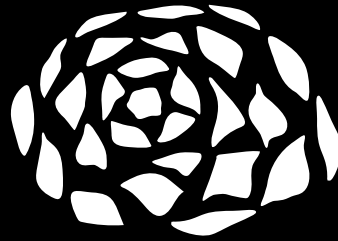


Propuesta de fachada FIBRAZ



Fibráz
FÁBRICA DE PAPEL ARTESANAL





ARTESANOS

del agave

tequila · jalisco



4.4. Estrategias de comercialización para el grupo de los Artesanos del Agave

4.4.1 Historia y antecedentes

La Fundación José Cuervo ha apoyado al grupo de los artesanos que trabajan con materiales del agave desde hace varios años. El apoyo ha sido desde diferentes ángulos. Se estableció en acuerdo con los artesanos, criterios éticos y de calidad, los cuales ayudaron a que los artesanos aumentaran la calidad de sus productos y respetaran las áreas de trabajo y los productos de cada quien. En este proceso se impulsó la colectividad entre los artesanos con la intención de formar una cooperativa entre ellos. Sin embargo, hasta la fecha no se han dado las condiciones para formalizar una colectividad de esta índole. Los integrantes

de esta agrupación de artesanos tienen niveles muy distintos de formación y sus niveles socioeconómicos y culturales son muy distantes. Entre otras razones esto ha dificultado la generación de sentido para pensar en beneficiarse de manera más comprometida entre ellos. En lo que sí se han beneficiado y apoyado entre ellos es en el aspecto comercial (en muchos casos la Fundación impulsa la vinculación con escenarios de comercialización y proporciona apoyo de transporte). Los artesanos se han dado cuenta de que la promoción en grupo les ha ayudado en poder comunicar de manera más efectiva sus productos, que tienen en común estar hechos de materiales del agave. Se han apoyado en muchas ocasiones en mercados y ferias en promocionarse como colectividad con sus características especiales de productos. Unos apoyan a otros incluso en vender los productos del otro.

4.4.2 Rediseño del logotipo de los Artesanos del Agave.

Con este antecedente se dialogó con los artesanos y la Fundación en cuanto a la pertinencia de usar una marca de colectividad con el fin de potencializar la cuestión de comercialización de sus productos que comparten los mismos valores y la intención de promover los productos hechos de agave en Tequila. Se opinó que el logotipo de preferencia no tuviera el ícono de la planta del agave que se está usando en todas las marcas tequileras, sin embargo si tuviera elementos del agave. Se decidió entonces rediseñar el logotipo inicial que se había diseñado hace varios años con la intención de usarlo para la planeada cooperativa y lograr un diseño que se pueda integrar a la gama de marcas que se han generado para los artesanos de manera individual en este último año.

En el proceso de diseño se optó finalmente como ícono por la representación abstracta del corazón del agave, por su estructura visual atractiva y la forma redonda compuesta por muchos elementos integrados que reflejan la colectividad del grupo.

Esta marca se presentó por primera vez en la Feria del Agave que se llevó a cabo en la Biblioteca del Estado a finales de marzo del 2017. Se realizó una lona de 27 x 2.5 mtrs. con el logo de los Artesanos del Agave en el centro y secciones individuales para cada artesano con sus productos.



Lona parte 1



4.4.3 Rediseño de mobiliario donde se exponen los productos de los Artesanos del Agave en la tienda Mundo Cuervo

4.4.3.1 Historia y antecedentes

Desde que la Fundación José Cuervo empezó a ayudar a los artesanos, impulsó y negoció con la tienda de José Cuervo para asignarles una pequeña sección dentro de su tienda y se pudieran vender sus productos. De esta manera los turistas se enteran de que el agave no sólo es una materia prima con la que se hace tequila, sino que con un poco de ingenio se pueden hacer más productos con base en la planta, como son los productos de los artesanos, bolsas, macetas, galletas, vinagretas, joyería, etc.

Año con año la tienda cambia, y asimismo el espacio designado a los artesanos. Anteriormente tenían una isla para ellos, sin embargo, por movilidad y pérdida de objetos en las salas, decidieron darles una esquina, la cual no está lo suficientemente adaptada a los productos que se venden ahí.

En la tienda José Cuervo podemos encontrar esculturas de Sergio Bustamante, Pineda Covalin, artesanías de los Huicholes, souvenirs de José Cuervo, entre otras cosas. La variedad dentro de la tienda es muy diversa, además del estándar y el nivel de diseño que tienen los productos mismos que venden dentro de ella. La

calidad es un requisito que la tienda toma como prioridad. Si los artículos de los artesanos no llegan a una calidad muy buena, los artículos no se pueden vender dentro de ella.

El estilo del mobiliario de la tienda es uniforme. Los muebles son adaptados según los productos, pero la colorimetría es la misma en todos.

4.4.3.2 Diagnóstico técnico – ambiental

A partir de lo mencionado anteriormente, se pudieron identificar diversas problemáticas. Una de ellas es la distribución que tienen los productos en el área asignada. Se cree que el mueble en específico no está hecho de tal manera que los haga lucir, sino que sólo están puestos ahí al azar, haciendo que los productos no llamen tanto la atención, lo que deriva en una falta de ventas importante. Se propuso entonces hacer un rediseño del mobiliario.

4.4.3.3 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

El mueble que está en el espacio designado para los artesanos no está adaptado al lugar ni a los productos, existe espacio desperdiciado. Al no tener espacios específicos para cada uno de los productos, éstos no se pueden apreciar de manera adecuada. Se tienen canastas que simulan dividir las áreas de los productos,

Lona parte 2



FUNDACIÓN José Cuervo
La Fundación José Cuervo apoya a artesanos y productores que trabajan con el agave y sus derivados, impulsando diseños y diseños innovadores.

ITESO
El Proyecto de Aplicación Profesional del ITESO, con el fin de construir comunidad, colabora con los artesanos del agave para mejorar sus procesos y productos.



sin embargo, lo único que hacen es que los productos se vean amontonados y no se logren apreciar de manera adecuada. Cabe mencionar que también en el espacio “asignado” a los artesanos sus productos están mezclados con artículos promocionales de José Cuervo.

Por lo tanto, se propone que el área asignada sea exclusivamente para los Artesanos del Agave. Al aprovechar mejor el espacio, se puede dar un lugar para cada uno de los productos, haciendo que la exhibición de los mismos sea pertinente a los objetivos. Al hacer esto, los usuarios que visiten la tienda, podrán apreciar correctamente los productos, provocando un aumento de ventas.

Asimismo y como segunda problemática identificada es la falta de apoyo visual que ayude a quienes entran a la tienda a identificar los productos de los Artesanos del Agave, su historia y sus personajes. Teniendo algo así, ayudaría a que el usuario se sienta relacionado con ellos, y se acerquen a conocer un poco más de lo que hacen los artesanos. De igual manera, tampoco hay algo que ayude a los usuarios a entender qué es lo que hace exactamente la Fundación en la gestión del trabajo con los artesanos, de modo que poner algo para identificar rápidamente cuál es la labor de los artesanos ayudaría en gran medida a tener resultados.

Temas que integran el desarrollo del mobiliario:

- Diseño y manufactura del mueble.
- Desarrollo organizacional y de distribución de productos en el mueble.
- Montaje del mueble.

4.4.3.4 Objetivos específicos y planes de acción (propuestas de mejora)

La propuesta de trabajo con el stand es diseñar un mueble pensado específicamente en los artesanos, para así poder exhibir adecuadamente sus productos.

Se propone un mueble modular, el cual aproveche cada uno de los



espacios que están designados para él. Se quitarán las repisas de cristal para aprovechar la luz proveniente de la ventana, y al lado de ella se colocarán unos cilindros de madera y los manteles de las tejedoras. Esto servirá para apreciar efectivamente los puntos y las texturas de cada uno de ellos, resaltando su belleza natural.

Se tendrá un espacio de almacenamiento a manera de cajones para facilitar el inventario a las personas que trabajan en la tienda. Esto eficientará los tiempos de abastecimiento, es decir que no se tendrá que trasladar hasta la bodega de la tienda cuando un producto se acabe.

Se propone una pared con un sistema de ensamblaje: consiste en tener una pared con unas tablas con adecuaciones en 45°, una serie de repisas con una parte de 45°, pero del lado opuesto para que puedan ensamblar perfectamente. Este sistema resiste gran carga, por lo que soporta el peso de los productos que están en la lista de los artesanos.

Lo interesante es que este sistema es modular, teniendo así la libertad de modificar el acomodo de acuerdo a los productos que se quieran exhibir y que se tengan en existencia.



Habr  tres tipos diferentes de repisas. La primera es una repisa normal, plana y con dimensiones de 20x15 cm; la otra será de 30x15 cm.

La segunda es en forma de cubo hueco, aprovechando el espacio dentro y sobre él.

El tercero será un cubo de 8x8 cm con una perforación para em-
potrar un palo, donde se colgarán las bolsas. Según la demanda
del consumidor y las observaciones en el periodo de prueba, será
el acomodo de las mismas.

De esta manera, las encargadas del área podrán mover las repi-
sas dependiendo del número de productos que haya en existen-
cia. Esto es una oportunidad de un área versátil, puede cambiar
cada temporada.

Además, se hará un área designada a la comunicación de los
artesanos. Se diseñará una serie de carteles para que los usuari-
os tengan idea de quiénes son los que hacen estas artesanías.
También se pondr  una pantalla, en la cual se pasarán videos de
los Artesanos del Agave.

4.4.3.5 Cronograma o plan de trabajo.

- Análisis general sobre el mueble actual y análisis del contexto.
- Definir problemática existente y propuestas de mejora.
- Desarrollo de propuesta de diseño del mueble + propuesta
de diseño de comunicación.
- Presentar propuesta de mueble + propuesta del acomodo de
productos ante la Fundación José Cuervo.
- Manufactura y montaje de carteles.
- Montaje.

4.4.3.6 Desarrollo de mueble, resultados alcanzados.

Se presentó la propuesta a Fundación José Cuervo para el punto
de venta y hubo una muy buena respuesta y aceptación.
Qued  como mueble versátil, para que los clientes regulares no

siempre vean este punto igual. Al final, para el área de almace-
namiento, se quitaron los cajones y se agregaron puertas, así se
aprovecha el espacio al máximo además de reducir el costo de
manufactura.

4.4.3.7 Impactos generados

Las encargadas de la Fundación (Margarita y Sonia) quedaron
muy contentas, animadas y con ganas de hacer más por mostrar
a los turistas el trabajo de los artesanos. Viendo este mueble se
animaron a mejorar los otros dos puntos donde tienen productos
de los artesanos para poder facilitar de esta manera la comuni-
cación hacia los turistas sobre qué hacen los artesanos con los
materiales del agave.

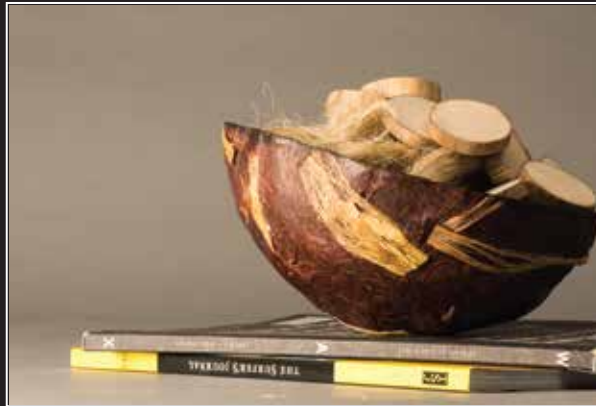
4.4.3.8 Visión del proyecto hacia el futuro.

Se recomienda dejar un manual para las encargadas del área,
el cual puedan usar de guía para los futuros acomodos de los
productos y para de esta manera poder resaltar novedades e in-
novaciones en los productos de los artesanos.

4.4.3.9 Desarrollo de cuatro videos con los Artesanos del Agave

Se produjeron cuatro videos en los cuales se recoge la opinión
de los artesanos acerca de los impactos generados por parte del
Proyecto PAP:

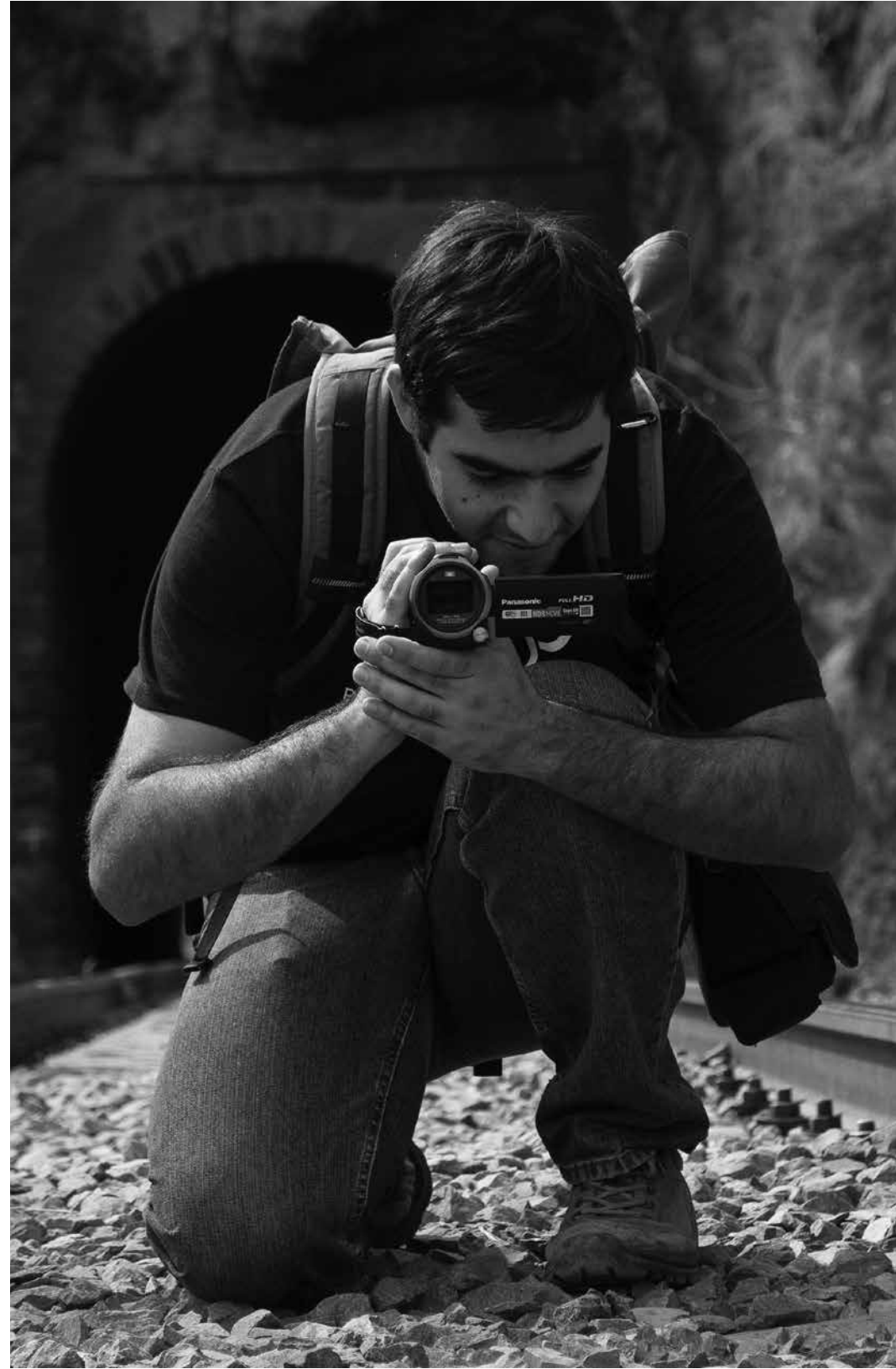
- Norma, FIBRAZ Fábrica de papel
- Don Miguel, artesanía con la madera del quiote
- Ernestina, tejedoras que trabajan con la fibra de agave
- Ramón, producción de jabones y champús con el jugo del agave





Capítulo V

Aprendizajes individuales
y grupales



5.1 Aprendizajes profesionales: competencias reforzadas y conocimientos adquiridos.

Corazón M: En este proyecto se hicieron varias actividades donde se aplicaron diferentes técnicas, como por ejemplo la realización de diagramas de flujo, que nos permitieron describir el proceso de elaboración de productos, así como la implementación del estudio de tiempos y movimientos y costeo de productos.

Teresa Sainz: Creo que el reto más grande fue el poder vernos todos como un equipo, ya que todos venimos de realidades diferentes y es muy difícil ponerte en el lugar de otra persona para entenderla y poder trabajar de una manera conjunta. Aprendí a entender y escuchar la necesidad de otras personas y que no siempre van a salir las cosas como se planearon. Hicimos uso de cronogramas que fueron de gran ayuda, pero al final fue diferente el ritmo al que trabajamos.

Maite Aguirre: Esta experiencia me ha ayudado a pensar en solucionar problemas de manera más integral, cuestionándome qué soluciones globales puede haber a un problema, desde mi profesión o las de otros, para así crear soluciones colaborativas en las que yo como diseñadora puedo aportar con acciones específicas, pero otros pueden aportar desde sus saberes profesionales o desde sus habilidades personales.

Omar García: Durante el transcurso de este proyecto fuimos aplicando diferentes diagramas observados durante la carrera tales como: diagramas de flujo y operaciones, ayudas visuales, toma de tiempos, además de las competencias de escuchar a las personas y sus diferentes problemáticas relacionadas con el proyecto y cómo se van a solucionar de una manera integral.

Ana Paula Mtz: Logré desarrollar un nuevo proceso de productos, así como el implemento de hacer prototipos. También empecé con el desarrollo de los tours cotizando el costo y duración para el próximo semestre.

• ¿Cuáles fueron las competencias desarrolladas desde distintas disciplinas?

Corazón M: Las técnicas de diseño, ya que me permitieron adquirir una experiencia sobre tipografías, punto de fugas y sobre todo la importancia de colores. Por otra parte, es importante mencionar

que gracias a estas técnicas se pudo realizar de una manera adecuada los documentos finales.

Teresa Sainz: El trabajar con ingenieros me permitió ver de una manera más fría y práctica las situaciones, el tener que adecuar la parte de los ingenieros que era totalmente analítica con la de los artesanos que es más “relajada” y la de los diseñadores fue un reto.

Maite Aguirre: El poder traducir una investigación académica en propuestas de diseño y soluciones a problemas específicos. La sinergia entre áreas distintas que aportan a una misma problemática, en mi caso me tocó trabajar de cerca con el área mercadológica y me pareció muy interesante ver cómo el trabajo, muy distinto, del diseño y la mercadotecnia, la administración y el área contable, se entrelazaban para dar soluciones conjuntas para el mismo escenario.

Omar García: Las competencias desarrolladas diferentes a las de mi profesión. Fue importante que el diseño en los productos estuviera relacionado, ya que eso ayuda a mandar el mensaje lo que la marca quiere mostrar.

Ma.Fernanda Méndez: Implementé algunas habilidades que tengo en ilustración, desarrollo e implementación de terminados y de creación de productos.

Ana Paula Mtz: Diseño de nuevos productos, rediseño de productos del semestre pasado, diseño de interiores del showroom, sacar costos de la manufactura y tour.

• ¿Cuáles fueron mis aprendizajes más importantes sobre el contexto sociopolítico y económico y la problemática del campo profesional?

Maite Aguirre: Pude darme cuenta que en la comercialización de productos como estos se entrelazan intereses e ideales muy distintos, y que implica profundizar en problemáticas mucho más profundas que la sola falta de ventas de un producto o el poco protagonismo que este tenga a comparación de otros. Me di cuenta que el consumo de bienes y servicios está relacionado con la mezcla de varias idiosincrasias que a veces no son del todo compatibles. Y que todo proyecto está directamente relacionado con el contexto geográfico, social, político y económico en que se

desarrolla.

Teresa Sainz: El llegar al PAP y trabajar (al menos en mi escenario) fue topar con pared, porque quizá nosotros en la escuela estamos acostumbrados a obtener recursos y adecuarnos a un presupuesto medianamente bien y el llegar aquí y tener un proyecto tan grande con un limitante de recursos económicos fue bastante complicado, el tener que estar gestionando materiales y buscandolos dentro de nuestras posibilidades. En el lado social no me representó tanto conflicto, ya que pudimos adaptarnos bastante bien. Quizá el único punto que podría moverme un poco fue el entrar a hacer trabajo físico para llegar al objetivo, ya que como diseñadora presentas las propuestas, investigaciones, etc., y alguien más las ejecuta; en este caso se presentó todo del área de diseño e ingeniería y nosotros mismos entramos a realizarlo desde cero.

Omar García: Me quedó claro que es muy importante el poder identificar de una manera racional el contexto social, político y económico en el que estábamos dentro del proyecto y el poder unir este contexto con las problemáticas y con los productos.

Ma.Fernanda Méndez: Logré detectar que la importancia de una buena logística y planeación es la base de un buen negocio con remuneración; la importancia de que el dueño esté involucrado en todos los procesos es básico y al no estar presente el negocio no prospera.

Ana Paula Mtz: Aprendí que es muy importante estar en constante comunicación con los artesanos para poder avanzar y tener un mejor seguimiento en cada proyecto. También la importancia de estar al pendiente de la realización de cada tarea en la fábrica para poder tener un mayor control en la logística y manera de producir papel.

● **¿Cuáles fueron mis saberes puestos a prueba?**

Corazón M: La implementación de estudios de tiempos y movimientos que nos permite mejorar el proceso, la elaboración de diagramas de operación para conocer el proceso de fabricación de un producto, costeo de productos, creación de ayudas visuales, ubicación de zonas de trabajo, trabajar en equipo.

Teresa Sainz: Creación de propuestas enfocadas en diseño social,



relaciones sociales enfocadas en trabajo, paciencia, investigación y análisis de situaciones tomando en cuenta los mayores actores y situaciones posibles.

Maite Aguirre: Planteamiento metodológico, relaciones sociales, detección de necesidades específicas, traducción de datos a conceptos, trabajo en equipo, creación de contenido, visión global.

Omar García: La identificación de actividades, como sus procesos de elaboración y las posibles causas de los problemáticas, como también la búsqueda de recomendaciones que puedan ayudar a eficientar el proceso y por lo tanto ayudar a generar un mejor ingreso.

Ma.Fernanda Méndez: La estructuración de espacios, junto con la elección de materiales para el showroom. Desarrollé la habilidad de detección de fallas en la logística.

Ana Paula Mtz: El desarrollo de joyería nueva, que no tenía ni idea de cómo era esa logística; la comunicación con los artesanos; me costó trabajo desarrollar mi papel como asesora, pero lo logré al final.

• ¿Qué aprendí para mi proyecto de vida profesional?

Corazón M: Por mi parte observé que para un buen proyecto se necesita trabajar en equipo, compartir opiniones para mejorar ideas, tener la mente abierta para cambios, adaptarnos ante las situaciones que se nos presenten, respetar ideas de compañeros, y, para terminar, tener siempre una actitud positiva.

Maite Aguirre: Creo que uno de los principales aprendizajes que tuve a raíz de este proyecto es la importancia de involucrarme con los proyectos en los que participo, de relacionarme con los actores principales del proyecto, escucharlos, tratar de comprender de dónde vienen y qué es lo que buscan, conocer al mercado, crear un vínculo entre tus ideas y las suyas, entre ellos y el producto final, investigar y explorar alternativas para así generar productos con sentido y que se desenvuelvan bien en sus contextos específicos. No se trata de hacer lo que el cliente quiera, sino de entender por qué lo quiere, y con sencillez tratar de que entienda lo que es mejor para él, tratar de crear un balance desde los hechos. Es algo que espero poder poner en práctica en mi actividad profesional como diseñadora.



Omar García: El trabajo en equipo es muy importante para que un proyecto sea exitoso y que para lograr esto se debe trabajar de una manera activa siempre dando la opinión y sobre todo respaldando. Siempre estar consciente de que puede haber cambios y que me tengo que adaptar con el fin de mejorar el proyecto.

Ana Paula Mtz: Que es muy importante estar 100% en tu negocio y ser parte de los trabajadores para poder lograr mayor control de calidad y mayor rapidez en los procesos. También que siempre va a haber clientes que te pidan cosas express y es necesario estar preparados para lograr sacar adelante el proyecto.

5.2 Aprendizajes sociales (Reflexión y análisis del impacto social de la aplicación profesional colaborativa).

Contribución para la sociedad. Para la elaboración de este apartado, se pueden emplear las siguientes preguntas a manera de guía:

- **¿En qué forma pude desplegar una iniciativa de transformación de la realidad, con creatividad, innovación, espíritu emprendedor y orientado a la calidad de la vida social?**

Corazón M: Antes que nada, el involucrarse en los diferentes escenarios y conocer las problemáticas nos permitió escoger las técnicas adecuadas para lograr un mejor proceso de fabricación de productos, así como crearles conciencia de que en un proceso de fabricación siempre habrá una manera para mejorarlo, y, con los años, ellos mismos puedan analizar y aplicar las técnicas.

Maite Aguirre: Desde la escucha, la observación y el análisis profundo de las problemáticas, necesidades y áreas de oportunidad de la empresa. Generando propuestas respaldadas por una metodología y un proceso, también a través del diálogo y del trabajo en equipo, el análisis y retroalimentación.

Omar García: Empezamos con pláticas sobre la persona, el saber cual es el estado actual ayuda para poder identificar las distintas problemáticas y también saber cómo dirigirte a la persona con el fin de encontrar una empatía que nos ayudará a encontrar mejores soluciones.

Ma.Fernanda Méndez: Desarrollar nuevas metodologías a través de talleres o cursos, para que de esta manera los artesanos lo

traduzcan a sus artesanías y comercialicen de una manera más objetiva.

Ana Paula Mtz: Creo que a través de los nuevos enfoques de cada uno de los artesanos, puedan aplicarlo también en su desarrollo social, con las personas en su entorno, para que sean capaces de ser más organizados, más profesionales y generen más trabajo a los mismos de su comunidad.

- **¿Cuánto soy ahora capaz de preparar un proyecto, de dirigirlo con base en objetivos, de tomar decisiones, hacer el seguimiento y evaluar su puesta en práctica de manera eficaz, con impacto social?**

Corazón M: A pesar de que ya tengo conocimientos de cómo emprender un proyecto ahora me siento más seguro en realizar un trabajo ya que puse en práctica mis conocimientos, también en observar detalladamente los puntos a estudiar. Siento que ahora puedo discernir, analizar, planear y así tomar una mejor decisión.

Maite Aguirre: Los dos semestres del PAP me han ayudado a sentirme capaz de realizar un proyecto de principio a fin, ha sido muy satisfactorio sintetizar los aprendizajes y competencias generados a lo largo de toda la carrera, en un proyecto que trasciende más allá de lo académico. Me siento capaz de realizar proyectos integrales y de aportar desde el diseño para solucionar problemas reales.

Omar García: Me ayudó a incrementar mis habilidades de llevar a cabo un proyecto debido a que puse en práctica todos los puntos que van desde búsqueda de problemas, análisis y propuestas de mejora.

Ma.Fernanda Méndez: Me siento capaz de llevar un proyecto a cabo, sin embargo creo que es necesario un equipo para complementarse y hacer que un proyecto se desarrolle de manera correcta.

Ana Paula Mtz: Creo que sí me ayudó muchísimo involucrarme en el seguimiento de un proyecto real, con objetivos y metodologías propuestas por nosotras mismas, para yo en un futuro poder realizarlo sola con base en mis conocimientos adquiridos en el PAP.

• ¿Qué prácticas sociales y en qué ámbitos de la sociedad pude innovar?

Corazón M: Ayudar en los diferentes escenarios con nuestros conocimientos, el adquirir las experiencias de los artesanos me permitió ser más solidario y mejorar mi desarrollo personal.

Maite Aguirre: Mediar a través del diálogo entre los intereses y puntos de vista de distintos actores, artesanos, fundación, empresa, estudiantes, consumidores. Para permear en prácticas sociales tan complejas como son los hábitos de producción y consumo es necesario ponerles rostro a los proyectos, a las ventas, a los productos, tratar siempre de innovar y proponer, teniendo en cuenta que detrás de todo siempre hay personas.

Omar García: La concientización sobre un producto de calidad me ayudó a poder aplicar prácticas sociales como el diálogo con todas la personas que estuvieron involucradas en el proyecto.

Ma.Fernanda Méndez: Creo que el tener empatía y hacer un vínculo con las demás personas de la sociedad, es lo que más hace falta.

Ana Paula Mtz: Creo que el convivir y trabajar con artesanos de Tequila fue de mucho aprendizaje tanto para ellos como para nosotros, ya que intercambiamos ideas y pudimos resolver las cosas en conjunto.

• ¿Qué impactos pude evidenciar, y cuáles no, de la aplicación profesional realizada? (Aporta las evidencias o los indicadores de cumplimiento).

Corazón M: Uno de los impactos más claros fue la realización del costeo de productos, ya que los artesanos desconocían cuando les costaba hacer un producto final, lo cual les permitió saber si el precio era el correcto, así como el conocer la utilidad que dejaba el producto. El hacer un estudio de tiempo donde les permitía conocer el tiempo promedio para realizar un determinada tarea o trabajo.

Maite Aguirre: Es muy claro el trabajo realizado en torno a la separación de las líneas de productos; el trabajo de marca es algo tangible que ya está aplicado a todos los productos y que ha empezado a generar impactos en cuanto a ventas; ha habido

reacciones positivas de los consumidores hacia las nuevas imágenes. También ha habido muy buena respuesta al trabajo generado el semestre anterior de innovación y diseño de los productos tejidos. Por otro lado, esperamos que los elementos generados este semestre como apoyo a la comunicación interna y la organización empiecen a dar frutos para poder tener procesos mucho más eficientes y claros.

Omar García: Los impactos más importantes fueron la concientización a los artesanos de tener un proceso más eficiente que incluye controles, y que con el paso del tiempo se darían cuenta de que teniendo un proceso controlado nos lleva a tener un producto de calidad, generando mayores ingresos como nuevos productos.

Ma.Fernanda Méndez: Una mejoría en calidad de productos, detallados y una logística de ventas y costos.

Ana Paula Mtz: En las aplicaciones de diseño en los nuevos productos, tanto como el showroom, el diseño de los espacios y muebles, es un avance de lo que logramos hacer en conjunto.

• ¿Cuáles de esos impactos eran probables y/o esperados desde el planteamiento inicial del proyecto y por qué?

Corazón M: El costeo de productos, ya que desde un principio era claro el impacto que tendrían en los diferentes escenarios.

Maite Aguirre: Era de esperarse que el rediseño de la imagen de Flor Agave generará una gran presencia y un impacto notable que se empezara a traducir en ventas y satisfacción de parte de los consumidores. Sin embargo, no se esperaba desde el principio que fuera algo tan grande que cambiará la línea desde los procesos de etiquetado, las relaciones con distribuidores, hasta el impacto generado en el consumidor.

Omar García : La concientización era probable ya que Miguel se dio cuenta de qué clase de producto tenía, cuánto le costaba hacerlo y la forma más eficiente de realizarlo. En el caso de Norma, sería un poco más difícil, ya que cuenta con un proceso establecido y por lo cual el cambiarlo nos llevaría más trabajo.



● **¿A qué grupos sociales benefició el proyecto?**

Corazón M: Se benefició a los artesanos de Tequila, la Fundación José Cuervo y al equipo de Proyecto PAP (estudiantes y asesor).

Maite Aguirre: Nuestra intervención benefició a los actores principales de la empresa Flor Agave, al grupo de artesanas tejedoras, a los artesanos del agave, la fundación José Cuervo, los consumidores y los integrantes del proyecto PAP.

Omar García: Al proyecto de artesanos del agave, a la población de Tequila, a los consumidores finales y al equipo de trabajo PAP primavera 2017.

Ma.Fernanda Méndez: A artesanos de distintos enfoques de Tequila, que trabajan con la fundación y al pueblo en sí.

Ana Paula Mtz: A los artesanos, a los turistas de Tequila y a todos los profesionistas dentro de la Fundación José Cuervo.

● **¿Mis servicios profesionales qué bienes produjeron de carácter público?**

Corazón M: Al mejorar los procesos de fabricación de productos se espera que los artesanos tengan un mayor ingreso económico, el cual les ayudaría a mejorar su calidad de vida, así como al municipio de Tequila.

Maite Aguirre: El dar a conocer a la comunidad las posibilidades expresivas y productivas del agave como materia prima externa a la industria tequilera. El poner al alcance del consumidor productos con un ciclo una alternativa de productos generados artesanalmente con un proceso mucho más honesto y humano que muchos otros del mercado.

Omar García: El proveer un producto de calidad para los consumidores locales y extranjeros con el conocimiento de que tienen un proceso estable y en desarrollo, pero con la visión de querer sobrepasar las expectativas.

Ma.Fernanda Méndez: Aplique mis conocimientos adquiridos en la universidad, como el desarrollo de prototipos y productos finales, entre otras cosas.

Ana Paula Mtz: En el desarrollo de nuevos productos y el seguimiento de bases metodológicas para que funcione mejor la fábrica.

● **¿Mis servicios profesionales ayudaron a grupos que no disponen de recursos para generar bienes sociales?**

Corazón M: Así como nosotros aplicamos nuestros conocimientos en los diferentes escenarios, los artesanos nos compartieron sus experiencias, por lo tanto, ambos tuvimos un aprendizaje (nos apoyamos los unos a los otros)

Maite Aguirre: Fue un intercambio constante de conocimientos, saberes y experiencias. Espero que a raíz del trabajo que se ha ido realizando con todos los artesanos, se genere en ellos una ola de conciencia y de autoconocimiento para que cada vez puedan ser más autosuficientes y que vayan aprendiendo de sus procesos para ir avanzado con objetivos bien planteados.

Omar García: Sí, porque el dar el conocimiento que tenemos ayudará a que los artesanos que necesiten de su ayuda, ya podrían ayudar a otras personas con los mismos procesos que tuvimos con ellos.

Ma.Fernanda Méndez: Sí, salieron beneficiadas personas que adquirieron conocimiento de mi persona y de la de mis compañeros.

Ana Paula Mtz: Creo que más que ayudarles, fue darles herramientas para que ellos solos puedan hacer el trabajo y les ayudamos con ideas, pero más bien fueron las metodologías implementadas.

● **¿Mis servicios profesionales contribuyeron para mejorar la economía del país?**

Corazón M: Quizás el apoyo hacia los artesanos no mejore la economía del país pero espero que mejore su calidad de vida.

Maite Aguirre: Creo que a lo que se aspira, más que a mejorar la economía del país, es a lograr un cambio de conciencia acerca del consumo que se elige. La industria, la producción en serie, la importación, o el consumo local, la producción artesanal, el comercio justo. Y probablemente a permear en la calidad de trabajo y de vida de los artesanos involucrados con el proyecto.

Omar García: Aportaron a mejorar los procesos de producción, que va de la mano con el aumento de ingresos, como también el

aporte del capital extranjero a la compra de productos ayudarán a aumentar la economía del país.

Ma.Fernanda Méndez: Sí, se fomentó el comercio justo y de esta manera se crearán nuevos empleos para pequeñas comunidades.

Ana Paula Mtz: Sí, puesto que al ayudar a los artesanos a que vendan es mejorar la economía del país, porque ellos están produciendo cosas nuevas y generan empleos.

• ¿Los saberes aplicados que hicieron posible la aportación social, son transferibles a otras situaciones y por qué?

Corazón M: Sí, ya que son conocimientos que se pueden compartir o aplicar en cualquier ámbito social, son saberes que como nosotros aprendimos otros pueden aprender y desarrollar.

Maite Aguirre: La investigación, el diálogo, la detección de necesidades y la traducción de los resultados de ésta a conceptos y propuestas de diseño, son saberes y prácticas; no sólo se “pueden” aplicar a otros ambientes, sino que como diseñadores y profesionistas es nuestra responsabilidad aplicarlo a nuestras metodologías de trabajo.

Omar García: Sí las situaciones tienen que ver con la eficiencia de los procesos, como del aumento de la calidad de algún producto hasta el empezar a producir algo nuevo. Sí puede ser transferible siempre y cuando la persona quiera hacer algún cambio.

Ma.Fernanda Méndez: Sí, existen diversas comunidades artesanales que requieren de un proceso como el que hicimos y a través de la detección de problemas se generan aplicaciones.

Ana Paula Mtz: Sí son transferibles porque creo que en todos los negocios se implementan metodologías para organizar mejor sus procesos y tienen cálculos de sus costos para que lleven todo en balance.

• ¿Cómo se puede dar seguimiento a la aportación social de este proyecto para que se conserve y amplíe a lo largo del tiempo su beneficio social?

Corazón M: Se espera que con el paso del tiempo los artesanos puedan mejorar sus procesos y a la vez aumentar su producción sin depender de otros.



Maite Aguirre: Impulsando a los artesanos a tomar decisiones por sí mismos y a ver por los mejores intereses de sus propias empresas para que puedan autosustentarse y seguir implementando las metodologías con las que hemos intervenido, y que sea un ciclo que se replique en sí mismo.

Omar García: Creando la conciencia en los artesanos de que no siempre es sólo hacer una artesanía y punto, sino que incluye muchos factores, desde cómo producirlo hasta cómo aumentar la calidad, que es muy importante para las personas que vienen de otros países.

Ma.Fernanda Méndez: Que los artesanos adquieran la metodología y la sigan llevando a cabo.

Ana Paula Mtz: Con constancia y trabajo responsable, siguiendo las metodologías ya planteadas. En la innovación creo que es una parte esencial para avanzar y seguir vendiendo cosas nuevas.

● ¿Qué visión del mundo social tengo ahora? ¿Cambiaron mis supuestos sobre la realidad?

Corazón M: En que en el mundo hay personas que al momento de interactuar con ellos me contagian de su actitud de salir adelante, cambio mi manera de ver al mundo. El valor, el agradecimiento que las personas muestran por la ayuda que reciben me alimenta de manera positiva.

Maite Aguirre: Me doy cuenta de la complejidad del mundo en el que vivimos, moldeado por sus cientos de contextos descontextualizados, lleno de diferentes idiosincrasias a las que nos enfrentamos día a día; tomo conciencia de la importancia de poder interactuar con tantas en un tono de aceptación, en la que no tengamos que pisar al otro para salir adelante. Creo que como mexicanos deberíamos estar orgullosos de las posibilidades y áreas de oportunidad que tenemos en nuestra tierra y en nuestras manos, rescatando tradiciones y aplicándolas en la sociedad actual, apoyados de las nuevas tecnologías y del talento que hay en nuestro país.

Omar García: Me dí cuenta de que no siempre se cuentan con los recursos necesarios para poder crear un cambio dentro de un proceso, pero es muy importante tener una actitud positiva para poder crear mejoras más creativas.

Ma.Fernanda Méndez: Sí cambiaron, viví de manera cercana el cómo se puede llevar la artesanía a un negocio que sea factible y me di cuenta de cómo es posible cambiar la vida de estas personas de manera positiva.

Ana Paula Mtz: Creo que si todos apoyamos el talento mexicano podemos salir adelante como país. Y creo que es muy importante apoyar a todos los artesanos, ya que tienen un trabajo único y especial.

5.3 Aprendizajes éticos

● ¿Cuáles fueron las principales decisiones que tomé, por qué razón las tomé y qué consecuencias tuvieron?

Corazón M: La implementación de estudio de tiempos y movimientos, ya que en FIBRAZ se desconocía el tiempo para realizar una tarea determinada. El crear ayudas visuales, porque los nuevos integrantes tardaban en aprender el proceso. Estas decisiones fueron tomadas con la finalidad de mejorar los procesos de fabricación de papel y a la vez conocer los tiempos que se tardan en ejecutar un trabajo.

Mite Aguirre: La decisión de trabajar este semestre más a nivel organizacional y a nivel empresa que con el factor humano de la misma, creo que era necesario, sin embargo, que sí repercutió en la motivación y la unión del grupo. La implementación de una metodología de trabajo propia en un equipo semi-colaborativo.

Omar García: El conocer más a fondo directamente las razones más probables de la baja productividad o calidad en los procesos, desde el punto de vista de la persona que lo hace, ayudó a que se concientizara sobre todo lo visto.

● ¿Adónde me lleva, a qué me lanza o invita la experiencia vivida?

Corazón M: Me invita a seguir participando en el proyecto compartiendo mis saberes obtenidos durante mi aprendizaje, mejorando así mi desarrollo personal y profesional.

Maite Aguirre: A cerrar mi colaboración en este proyecto, estoy agradecida y deseosa de aplicar los aprendizajes y competencias

generadas aquí en otros retos y proyectos.

Omar García: Me lleva a ayudar a personas que requieran mejorar sus procesos, siempre con una visión hacia el futuro.

• **¿Cómo y para quién habré de ejercer mi profesión después de la experiencia del PAP?**

Maite Aguirre: Espero poder trabajar en proyectos en los que me pueda involucrar desde la raíz, que generen algún impacto social y que también impulsen mi crecimiento como persona y profesionalista.

Omar García: Primero colaborar en una organización que me ayude a mejorar mis habilidades de resolución de conflictos dentro de la manufactura. Durante ese mismo tiempo me gustaría ayudar en proyectos sociales que me brindaran mas conocimientos sobre lo que se vive actualmente en México.

5.4 Aprendizajes en lo personal *(Reflexión de lo que la experiencia ha aportado en y para tu vida).*

• **¿El PAP qué me dio para conocerme a mí?**

Corazón M: Me ayudó a poner a prueba mis conocimientos adquiridos, también el trabajar en equipo y por otro lado, me di cuenta que me gusta apoyar a las personas sin esperar nada a cambio.

Maite Aguirre: Me retó y me ayudó a poner a prueba mi experiencia y mis aptitudes personales y profesionales. Me ayudó a enfrentarme a opiniones y formas de trabajar muy distintas que enriquecieron la experiencia.

Omar García: Me ayudó a conocerme más a fondo mis actitudes que tengo hacia los demás cuando se presentaron las problemáticas y también la actitud que tomé cuando se encontraban posibles soluciones

• **¿El PAP qué me dio para conocer y reconocer a la sociedad y a los otros?**

Corazón M: Las personas tienen su propia forma de vida, lo cual



me ayudó a entender que todas las personas tienen diferentes costumbres, ideologías aunque vivan en el mismo estado que tú. Maite Aguirre: Un acercamiento al mundo desde la sinergia de una práctica social y una experiencia profesional. Me ayudó a valorar a las personas detrás de los productos y buscar en procesos y modelos de consumo alternativos, después de haber estado tan cercana a la creación artesanal, un factor de identidad mexicana muy fuerte.

• **¿Cómo me ayudó el PAP para aprender a convivir en la pluralidad y para la diversidad?**

Corazón M: Me ayudó a respetar las opiniones de mis compañeros así como de los demás, a reconocer las diferentes identidades que existen en la sociedad, en pocas palabras, a vivir de manera armoniosa con las personas.

Maite Aguirre: Me ayudó a trabajar mis relaciones humanas dentro del equipo PAP y en conjunto también con los artesanos.

Omar García: Me ayudó a poder relacionarme de una mejor manera con diferentes personas de distintos puestos. Al final me dí cuenta, que al ser personas tenemos sentimientos los cuales nos ayudan a poder convivir de una manera más feliz

• **¿Qué aprendí para mi proyecto de vida?**

Corazón M: Que hay mucho por aprender y solucionar y la mejor manera de aprender es poner en práctica nuestros conocimientos, así como el compartir las diferentes experiencias que tienen las personas. Me gustó haber adquirido conocimiento sobre el proceso de fabricación de papel, el proceso de obtención del ixtle y sobre todo trabajar en equipo.

Maite Aguirre: EL proyecto me ayudó a sentirme más fuerte como alumna a punto de salir al mundo profesional, a ver mis habilidades aplicadas en un proyecto integral. Me ayudó a generar material para mi portafolio, aprendí mucho de mi misma y de la importancia de trabajar con otros, de la importancia del diálogo, la escucha y la investigación en cualquier proyecto. Me siento satisfecha con lo logrado y lo aprendido.

Omar García: Que actualmente existen muchas complicaciones

para poder llevar a cabo un proyecto o actividad que desees pero que siempre se tiene que tener esa actitud de adaptación a las restricciones y seguir adelante que lo importante es avanzar con el objetivo de tener el buen vivir.

5.5 Aprendizajes y reflexiones por parte de los docentes

En este segundo semestre le hemos dado seguimiento a los procesos que iniciamos en otoño del 2016. Las acciones han sido más ordenadas y dirigidas en conjunto con los artesanos.

Con Dn. Migue se ha dado un proceso muy valioso entre él, su hijo y los estudiantes. Se decidió en conjunto con Dn. Migue y su hijo Willy, que antes de seguir con el desarrollo de sus productos, era importante mejorar las condiciones de trabajo en su casa. Los estudiantes lograron el involucramiento y el compromiso tanto por parte de Dn. Migue como de su hijo. En cuanto lograron ver los beneficios que esto iba a generar en su casa, empezaron a emocionarse y para la siguiente sesión con los alumnos ya habían cumplido sus tareas y empezaron a hacer suyo el proceso. En la Expo Agave en marzo, Dn. Migue y su hijo experimentaron que se estaban vendiendo muy bien los nuevos diseños y Willy empezó a fabricar allí mismo más piezas de las que se habían vendido. El proceso de validación empezaba a funcionar y les estaba empezando a construir sentido.

En la fábrica de papel con Norma costó mucho trabajo lograr un desarrollo conjunto con ella, se dieron cuenta los alumnos de que ella misma no sabe hacer papel y que toda la producción se la hacen sus empleados. Esto dificultó mucho los procesos, ya que además había mucho cambio de personal, así que realmente los desarrollos de los nuevos diseños van a quedar en manos de los empleados y no de Norma, lo cual es una lástima. Se logró un desarrollo bonito de propuestas de joyas de papel, las cuales se han vendido bien. La propuesta del showroom va a tener que esperar a que se realice, ya que Norma no cuenta con recursos en este momento. Esto va a frenar mucho su proceso de crecimiento, ya que no tiene un espacio adecuado para mostrar sus productos.



Estamos evaluando hasta cuándo seguiremos con Norma si no vemos más compromiso y visión hacia el futuro.

Con Ernestina y Ramón tuvimos un semestre muy intenso. Se decidió en conjunto con ellos que era importante definir la estructura de sus empresas, ya que registraban un crecimiento importante. Después de muchas sesiones con ellos, se llegó a la conclusión que necesitaban una marca paraguas, la cual va a acobijar las tres empresas existentes con sus respectivas líneas de productos. El trabajo de construcción era complejo y difícil, ya que Ramón es un personaje al que le cuesta mucho trabajo expresar sus ideas. Pero los estudiantes lograron una buena base de confianza con ellos y finalmente fluyeron los procesos. Se hizo el rediseño de Flor Agave, productos de salud, belleza y todos los empaques para la línea completa de productos. Se experimentó en conjunto con ellos el proceso de empaque y los resultados fueron muy buenos. El impacto fue inmediato, puesto que Ramón registró un aumento considerable en sus ventas. Lo más significativo fue que Ramón logró construir más autoconfianza ante sus compradores, sobre todo ante las tiendas de las tequileras. El hecho de que a sus clientes les gustó su nueva imagen y él mismo se dio cuenta de que es competitiva respecto a otras marcas incluso extranjeras, le dio más seguridad.

Con las tejedoras se atendieron aspectos técnicos y de procesos, nos dimos cuenta de que no tenían ningún mecanismo entre ellas para organizar sus pedidos, ni siquiera criterios comunes sobre tamaños, tiempos y calidades. Así que se trabajó con ellas en un sistema de fichas técnicas, las cuales servirán de base para lenguajes comunes y unificación de criterios de calidad. Estas dinámicas sirvieron para seguir construyendo su colectividad, aunque todavía es muy poca la asistencia de todas las tejedoras. Además, descubrimos que no tenían tampoco un sistema de costeo, lo cual generó mucho descontento entre ellas al no tener la claridad sobre qué es lo que estaba ganando Ernestina con sus bolsas. Se definieron en conjunto con ellas tiempos de elaboración de las bolsas, el cálculo de las horas promedio y se aclararon con ellas todos los costos que están involucrados en un costo final de una bolsa. Junto con Ernestina se empezó a trabajar en un

documento marco de la estructura de su empresa con visiones y misiones alcanzables y programables, con el cual se seguirá en otoño de 2017. Nos topamos con muchas resistencias en cuanto al manejo de la información transparente, existe una preocupación constante de que alguien les podría robar sus ideas. Queda un buen camino por recorrer todavía. La meta es lograr en un futuro un documento de trabajo, el cual les podría servir de bitácora, de cuaderno de trabajo y de calendario.

Con Ramón se desarrolló además la marca de su nueva línea de productos “Barbeo”, para la cual se logró plasmar su idea acerca de una marca joven, que se inserta en un mercado de las barberías. Los alumnos hicieron un trabajo excelente, desarrollaron mucha sensibilidad en generar propuestas en conjunto con los artesanos. Se dieron cuenta que de esta manera se atienden y cubren con más certeza las necesidades de los artesanos.

También en este semestre, los procesos de reflexión acerca de la realidad de los artesanos, a nivel local y nacional, fueron para muchos un terreno nuevo y rico por descubrir. La integración de los nuevos integrantes funcionó muy bien y se construyó una base más sólida de confianza con los artesanos.

Los procesos de apropiación que lograron los alumnos en conjunto con los artesanos, además los productos logrados, han sido una satisfacción muy grande y recibieron mucha gratitud por parte de los artesanos. Además, el equipo de alumnos fue un grupo especialmente creativo, productivo, sumamente perceptivo y dispuesto a sumergirse en un contexto complejo y a la vez fascinante. Los estudiantes lograron un compromiso fuerte con los artesanos y con su mismo grupo y no pocas veces no importaba en dónde se necesitaba el apoyo de todos.







Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

El proyecto se centró en la recuperación de técnicas artesanales a través del manejo de los derivados del agave, con el objetivo de crear posibilidades para que los artesanos puedan entrar a un proceso de innovación de productos, además de efficientar sus procesos de producción y una mejor organización interna a través de metodologías específicas. Este proceso fue acompañado por parte de la Fundación José Cuervo en cuanto a material bibliográfico, gestión de contactos con actores importantes en el mundo de las fibras en México y recursos para la movilización tanto de alumnos como de los artesanos. Con la experiencia de los artesanos, el conocimiento de los alumnos involucrados en el proyecto y el apoyo por parte de la Fundación, se formó un gran equipo interdisciplinario, impulsando así mejoras que facilitaron la aplicación de elementos de identidad del contexto natural y cultural en los productos.

Tuvimos la oportunidad de conocer lo complejo que es la relación entre una Fundación de beneficencia social y un grupo de artesanos. Los dos actores tienen lógicas muy distantes. La Fundación sin duda lleva el sello de una enorme empresa transnacional con sus metas, dinámicas y exigencias que en muchas ocasiones van en sentido contrario a la cotidianidad y el ritmo de vida de un artesano. Esta realidad para nosotros se convierte en un reto, encontrar modos para que los artesanos puedan construir comunidad y colectividad desde su propia iniciativa para poder fortalecer su quehacer autónomo, y al mismo tiempo lograr entender y modelar la realidad de las acciones y exigencias de una Fundación con las características descritas. La Fundación ha mostrado toda la voluntad y profesionalismo para ayudarles a los artesanos en capacitaciones extensas y apoyos muy valiosos para la comercialización de los productos artesanales. El esfuerzo es genuino y valioso y esperamos que desde la academia podamos aportar a seguir construyendo, a pesar de la complejidad de las relaciones, oportunidades y procesos de crecimiento (personal, profesional y económico) para todas las partes involucradas.

En estos dos semestres del proyecto se logró el primer nivel de

análisis en los contextos de los tres artesanos y se constató que los tres contextos comparten una gran gama de dificultades y problemáticas. Sin embargo, comparten dificultades, como son la falta de organización en sus espacios y grupos de colaboradores; todos carecen de metodologías para poder innovar y diversificar sus productos para poder ser más competitivos en el mercado y en mayor y menor dimensión necesitan apoyo para mejorar sus procesos de producción (estos aspectos se reflejan con mayor detalle en las gráficas de oportunidades que se elaboraron para cada artesano). La aplicación de varias metodologías de diseño logró que los artesanos cobraran más consciencia acerca de la integración de elementos de identidad del paisaje agavero, rasgos emblemáticos de la misma planta del agave y del proceso tequilero en sus artesanías. Se desarrollaron en conjunto con los artesanos productos innovadores, que intentan poder abrir nuevos mercados y en consecuencia una mayor comercialización y divulgación.

En los siguientes semestres se llevarán a cabo procesos de validación y de evaluación por parte de grupos de consumidores para poder lograr una mayor apropiación en los artesanos en cuanto a la incorporación de los procesos metodológicos. También se detectó que la mayoría de los artesanos no cuentan con herramientas para el costeo de sus productos. La poca eficiencia en cuanto al aprovechamiento de los materiales y la deficiente consciencia acerca de todos los costos que deberían ser reflejados en el precio final, provocan no pocas veces un margen de ganancia muy pequeño o nulo.

6.2 Recomendaciones

Se considera importante seguir trabajando en los procesos arriba mencionados para lograr un mayor impacto en cuanto a la aplicación de las metodologías en los procesos artesanales. La siguiente recomendación es que se siga apoyando el siguiente semestre a través de proyectos nuevos que se enunciaron en los planes de acción en cada escenario. Será importante diseñar un sistema de información sobre los productos artesanales hechos con materiales del agave para poder beneficiar a toda la comunidad artesanal.

En específico, las tejedoras solicitan para el siguiente semestre aprender nuevas técnicas en cuanto a técnicas naturales para teñir los hilos del agave. Recomendamos también que en este grupo se trabaje en procesos que les ayuden a formalizar la estructura organizacional de su empresa. De los nuevos productos será importante impulsar una primera producción para venta, formalizar los procesos de gestión con proveedores y desarrollar un sistema de costeo.

Con el artesano Don Miguel, se recomienda ayudarlo a resolver la distribución del espacio en el que trabaja y seguir en el proceso de desarrollo de productos. También se recomienda darle seguimiento en cuanto a la petición de Dn. Miguel, de apoyarlo en el desarrollo de un tour o caminatas para turistas por el campo agavero, ofreciéndoles su sabiduría acerca del campo agavero y las plantas medicinales de la zona.

En la fábrica de papel FIBRAZ falta darle seguimiento en la generación de un manual de documentación de todo lo que hacen para poder retroalimentarse y poder mejorar sus productos y procesos. El reciente lanzamiento de talleres de hechura de papel de agave para turistas, necesita de retroalimentación y una estructura eficiente de divulgación y promoción a través de redes sociales, la Secretaría de Turismo y puntos turísticos claves en Tequila. Otro proyecto importante será el inicio del desarrollo de bioplástico con fibra de agave, proyecto que ya había iniciado Norma; buscar alternativas técnicas y diseñar productos estéticos y útiles para la aplicación de este nuevo material sustentable.

En los tres escenarios existe mucha necesidad de la reactivación o generación de páginas web para poder promocionar y vender sus productos. Para finalizar, se recomendará completar la producción de videos promocionales de cada artesano, para poder proyectarlos en puntos estratégicos de divulgación como puede ser el Mundo José Cuervo.

Le recomendamos a la Fundación José Cuervo, que siga impulsando la generación de un convenio de colaboración entre la Compañía Mexicana del Desierto en Matehuala y José Cuervo para lograr en un futuro la fabricación de hilo de agave azul de las pencas de los cultivos de Tequila.





Referencias Bibliográficas



Artes de México (2008). "El Tequila, Arte Tradicional de México". *Artes de México*, No. 27.

Artes de México (2010) "Mezcal, Arte Tradicional". *Artes de México*, No. 98.

De Aguinaga, R. (2010). Tatutsi Maxakwaxi, una experiencia indígena de educación autonómica. ITESO.

Fundación José Cuervo (2016). Nuestra historia, antecedentes. Recuperado de: <http://www.fundacionjosecuervo.org.mx/nosotros/historia>

García, A. (2007), "Los agaves de México". Jardín Botánico. Instituto de Biología, Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <https://drive.google.com/drive/folders/0B0Rv2L6SHoLrcWtwS3dHZmZyNkk>

Sanoff, H. (2011) "Multiple Views of Participatory Design," *Focus*, Vol. 8: No. 1, Recuperado de: DOI: 10.15368/focus.2011v8n1.1 Available at: <http://digitalcommons.calpoly.edu/focus/vol8/iss1/7>

UNESCO/CCI (1997). Simposio "La Artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera". Manila. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

UNESCO (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>





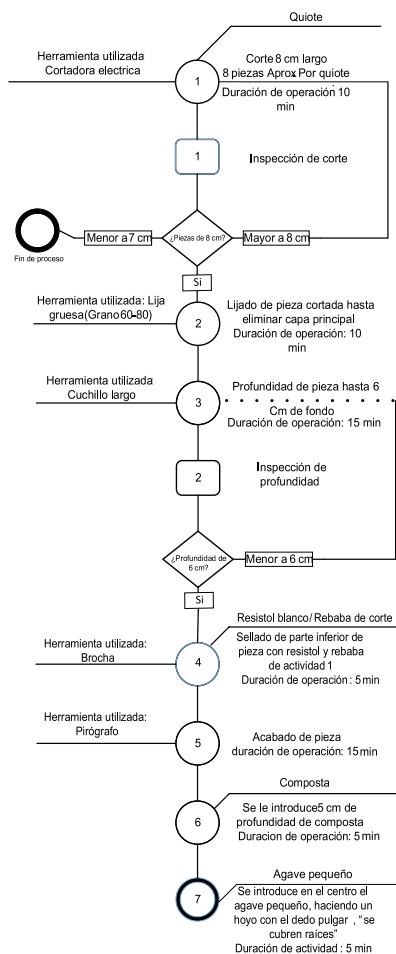
Anexos



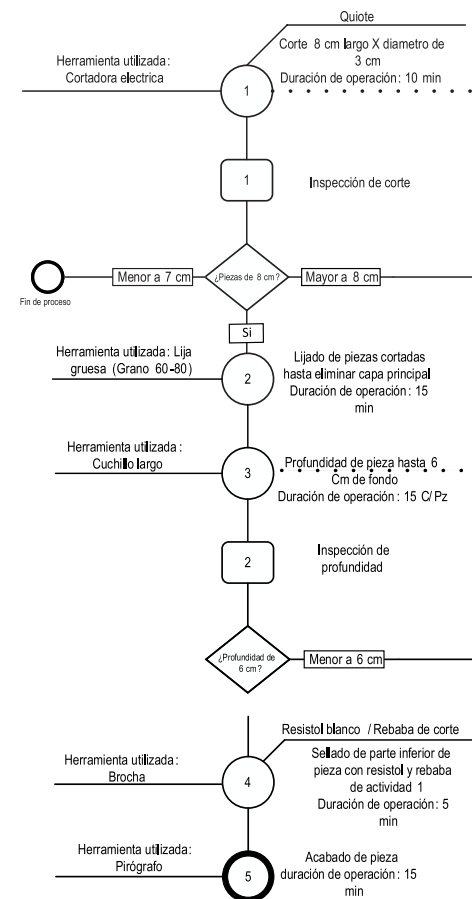
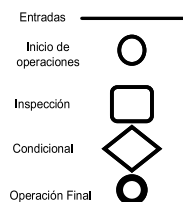
1.1. Cronograma de rabajo

Expo Agave

1.2. Diagramas de operaciones



Resultados/Observaciones el proceso consta de 7 actividades en las cuales 2 de ellas requieren inspección debido a su alta probabilidad de error, se recomienda utilización de herramientas de medición para las operaciones 1 y 3.....



Resultados/Observaciones el proceso consta de 5 actividades en las cuales 2 de ellas requieren inspección debido a su alta probabilidad de error, se recomienda utilización de herramientas de medición para las operaciones 1 y 2.....

Especificación de las mesas de trabajo / Dn. Miguel

Mesa uno: Área de corte

Dimensiones: 55X55X75

Características principales de la mesa: con acercamiento a la electricidad para el uso de la cortadora eléctrica.

- Herramientas:
 - o Extensión eléctrica
 - o Llave allen (chica-mediana)
 - o Llave española (mediana-grande)
 - o Marcador para madera
 - o Flexómetro
 - o Segueta
 - o Pinzas punteadas
- Extras:
 - o Recogedor y escoba de mano
 - o Tope para corte de productos

Descripción de mesa:

Para la operación de corte se requiere una mesa que soporte el peso de la cortadora eléctrica. Como se mencionó antes, se recomienda que la ubicación de esta zona de trabajo esté hasta el final donde está el tejabán. Se necesita una adaptación en la mesa para poder recolectar el aserrín generado por el corte para reutilizarlo en la operación de sellado. En caso de ser imposible la adaptación, se requerirá el uso de una escoba y un recogedor de mano para la recolección del mismo. Se requiere de una extensión eléctrica para la conexión y un machete por si el qurote tiene ramas o superficies externas que afecten al producto y su realización.

Mesa dos: Área de lijado, ahuecado y sellado

Dimensiones: 55X55X75

Características principales de la mesa: con orificio en la parte superior izquierda o derecha de la mesa conectado a un tubo con el diámetro establecido, otro espacio de la mesa con orificio en la otra parte para aserrín de la operación de sellado.

- Herramientas:
 - o Cuchillo
 - o 2 lijas
 - o Pegamento Recipiente
 - o Pala para esparcir el pegamento por la parte inferior
 - o brocha
 - o porta lijas

Descripción de operaciones:

Lijado: consta de lijar la pieza hasta llegar a la capa exterior

Ahuecado: consta de realizar un agujero en el centro de la pieza con un cuchillo hasta llegar al diámetro interior deseado y la profundidad esperada para la calidad

Sellado: consta de mezclar pegamento blanco con el aserrín que se extrae del área de corte con el fin de lograr un sellado y evitar que la humedad salga o entre por la parte inferior.

Para lograr que la mesa de trabajo siempre esté en perfecto estado en limpieza, tendrá un orificio en la parte superior derecha con un diámetro de 20 cm con la conexión de un tubo con un bote de basura lista para vaciarse en cuanto se encuentre lleno. La mesa tendrá pestañas en las cuatro orillas esto con el fin de que el material no se caiga al suelo haciendo que la zona de trabajo se vea en mal estado o sucia. Para tener un buen control como accesibilidad de las herramientas de trabajo se pensó en un tablón con siluetas de las herramientas para saber si hacen falta en su lugar y así no extraviarse o saber si hace falta en el caso del pegamento y lijas.

Mesa tres: Área de Terminado

Dimensiones: 55X55X75

Características principales de la mesa: con acercamiento de electricidad para el uso del pirógrafo

- Herramientas:
 - o Barniz
 - o Brocha para Barniz
 - o Pirógrafo

- o Sellos para terminados (TEQUILA 100% de agave – Logotipo)
- o Pinzas punteadas

Descripción de mesa:

En esta mesa se trabaja con los terminados de las piezas finales por medio del baño de barniz o pirograbado con el fin de tener una pieza de calidad. Con el pirógrafo se marca el símbolo o marca que indique de donde es la artesanía. En esta mesa es importante que la zona de trabajo esté completamente libre de residuos o desperdicios del proceso ya que es recomendable realizar los trabajos de terminados dentro de un ambiente de tranquilidad, esto para lograr un mejor desempeño viéndose en el diseño de la marca. Se contará también con el tablero de herramientas, con el fin de que estas no se extravíen o se llenen de polvo debido a que se estará trabajando con materiales de consistencia pegajosa.



1.3. Costeo Dn. Miguel

Cuadro Base de datos																						
100 Piezas Totales 100 Piezas Totales 4 semanas(mes). 5 días de trabajo 8 horas diarios	sueldo mínimo	\$	80,00			Para obtener el costo del quiote y agavitos se consideró: El tiempo que se utiliza para su recolección sea un sueldo mínimo.	<table><tr><td colspan="3">Pagamento</td></tr><tr><td>1 Litro</td><td>\$</td><td>150,00</td><td>\$</td><td>1,00</td><td>por pieza</td></tr></table>			Pagamento			1 Litro	\$	150,00	\$	1,00	por pieza	100 grasas por 20 pesos			
	Pagamento																					
	1 Litro	\$	150,00	\$	1,00	por pieza																
	agavitos	\$	8,00				<table><tr><td colspan="3">Un litro = 150 piezas</td></tr></table>			Un litro = 150 piezas			0,2									
	Un litro = 150 piezas																					
	Pagamento	\$	150,00			En cada recolección se consigue 10 agavitos	<table><tr><td colspan="3">1 frasco de acurela</td></tr><tr><td>10</td><td></td><td>0,2</td><td>por pieza</td></tr></table>			1 frasco de acurela			10		0,2	por pieza	Un frasco = 50 piezas					
	1 frasco de acurela																					
	10		0,2	por pieza																		
Transporte	\$	300,00			Un quiote le sale 6 a 8 macetas con agave																	
ferias	\$	300,00			10 caballitos por Quiote	<table><tr><td colspan="3">Luz</td></tr><tr><td>1 hr</td><td>\$</td><td>2,19</td><td>60</td><td>hr</td></tr><tr><td></td><td>\$</td><td>0,24</td><td>6,66</td><td>min</td></tr></table>			Luz			1 hr	\$	2,19	60	hr		\$	0,24	6,66	min	
Luz																						
1 hr	\$	2,19	60	hr																		
	\$	0,24	6,66	min																		
Barniz	\$	80,00	L		1Kg composta = 20 agavitos	1/2 litro																
Composta	\$	50,00	Kg	\$	2,50	300 piezas por litro de resistol																
Lijas	\$	30,00			1/2 sellidor 200 piezas																	
Segueta	\$	30,00																				
Luz	\$	700,00	2 meses	\$	2,19	hrs																

Inventario y costeo productos Don Miguel.

costos																						
	Productos	Material tamaño alto	Características	Cantidad	Composta de agave	Qlote	Tiempo - Mano de obra	Agave	Resistol (1KG)	Transporte	Ferías	Energía Eléctrica	otros	Costo unitario	Precio de producto	Utilidad	Observaciones					
1	Maceta con agave	8cm	Una maceta de kiote con composta y agave	20-25 por corrida	\$ 2,50 1 agavito	\$ 13,33 6 piezas	\$ 5,00 [1] 1/2 hrs	\$ 8,00 [2] 1 agave	\$ 1,00	\$ 3,00 [3]	\$ 3,00	\$ 0,36 10 min	\$ 2,50 * Lijas: \$30 M * segetas: \$48 M	\$ 38,69	50	\$ 11,31	Se depende de tener agaves a disposicion					
2	Vaso "Caballito"	8cm alto, diametro deseado 3 cm, profundidad 6 cm	Un vaso para porciones pequeñas de tequila	40 a 50 piezas or corrida	\$ - no incluye	\$ 8,00 10 piezas	\$ 5,00 1/2 hrs	\$ -	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 0,36 10 min	\$ 2,50 * Lijas: \$30 M * segetas: \$48 M	\$ 22,86	40	\$ 17,14	Al momento de ahuecar se toma un tiempo aproximado de 15 min con cuchillo C/U,					
3	Maceta de carreta	17 Largo X ancho depende de kiote (buscando siempre 8 cm diametro) Base Llantas x4 : 6 +-1 ancho de 1.5 cm c/u	Tiene 4 llantas , se corta por la mitad , se ahueca la mitad	3 o 4 por corrida	\$ 7,50 3 agavitos	\$ 26,67 3 piezas	\$ 10,00 1 hrs	\$ 24,00 3 agaves	\$ 5,00 5 veces+resistol	\$ 3,00	\$ 5,00	\$ 1,09 30min	\$ 2,50 * Lijas: \$30 M * segetas: \$48 M	\$ 84,76	150	\$ 65,24	Lleva terminado en los 4 círculos como en el respaldo					
Producto propuestos PAP II																						
	Productos	Material tamaño alto	Características	Cantidad	Composta de agave	Qlote	Tiempo - Mano de obra	Agave	aceite de linaza	Transporte	Ferías	Energía Eléctrica	Acuarela	Grapa	Hilo	Tela de yute	Lazo	otros	Costo unitario	Precio	observaciones	Utilidad
	Maceta con agave	8cm	Una maceta de kiote con composta y agave	20-25 por corrida	\$ 2,50	\$ 13,33	\$ 5,00		\$ 1,25	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 0,36	\$ 0,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,50	\$ 36,64	70	Se depende de tener agaves a disposicion	\$ 33,36
					1 agavito	6 piezas	1/2 hrs	1 agave	1 pieza			10 min						Lijas: \$30 M * segetas: \$48 M				
	Porta lapicero 15 cm	15cm alto	Un vaso para porciones pequeñas de tequila	40 a 50 piezas or corrida	0	\$ 26,67	\$ 10,00		\$ 2,50	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 0,36	\$ 0,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,50	\$ 45,93	140	Se depende tener quote	\$ 94,07
						3 piezas	1 hrs	0 agavito	2 piezas			10 min	2 veces + de acuarela					Lijas: \$30 M * segetas: \$48 M				

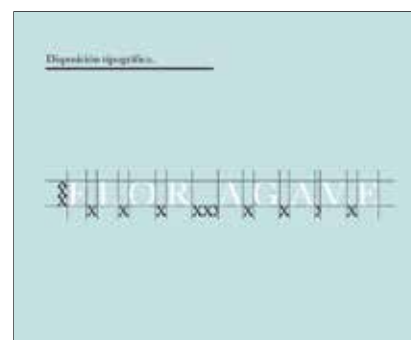
Bocina	20 y 25 cm	Es un quiote que esta ahuecado, tiene una ranura para el celular con el fin de amplificar el sonido	10 piezas	0	\$ 26,67	\$ 15,00	\$ -	\$ -	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 1,10	\$ 0,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	2,5	\$ 51,66	\$ 350,00	Se depende tener quiote	\$ 298,34
					3 piezas	1 1/2hr					30min	2 veces + de acuarela					* segetas: \$48 M				
Gato	17x17cm	es una bolsa cuadrada de yute, encima de la bolsa tiene una costura en forma de gato y con lazo de 45 cm.	10 piezas	0	\$ 5,33	10	0	0	\$ 3,00	\$ 3,00	2,19	0	\$ -	\$ 4,00	\$ 0,40	\$ 5,00	0	\$ 32,92	120	Se depende tener quiote	\$ 87,08
					15 piezas parte mas delgada del quiote	1hr					1hr						50cm de hilo				
Balero	10 +,5cm de altura	Es un balero pirograbado, 50cm de hilo y un perno de 20cm, ahuecado a 4cm de profundidad	10 por corrida	0	\$ 16,00	\$ 10,00	\$ -	\$ -	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 2,19	\$ -	\$ 0,20	0,24	\$ -	\$ -	2,5	\$ 37,13	150	Se depende tener quiote	\$ 112,87
					equivalent e 5 piezas	1hr					60min		1 grapa	50cm de hilo (ixtle)			* segetas: \$48 M				
balero una grapa lazo 50cm perno 20cm ahuecado 3.5cm y profundidad de 4cm prirograbado 1hr 8hr 10 productos 20pesos 100 grapas 120pesos carrete 0,24					gato 17x17cm de tela de yute sale 14 pesos metro cm^2 pesos 14 lazo de 45cm 10pesos metro 10000 289 0,4046 tiempo andre MO 10minutos para terminaria 30 hr lijada 9 fichas pirograbada 1hr 8pesos x 100m(hilo) encima de la bolsa de yute tiene una costura forma de gato						bocina Quite 3pulgadas y ,edia tiene un plano de base color barniz 20 y 25 cm 1 1/2 de grosos para gato										

1.4. Proceso de remodelación

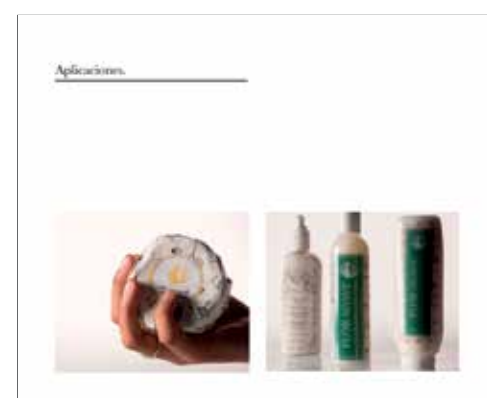
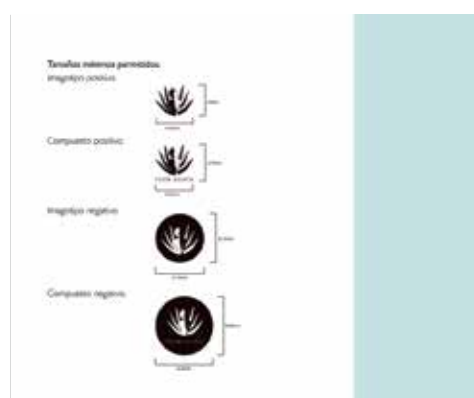
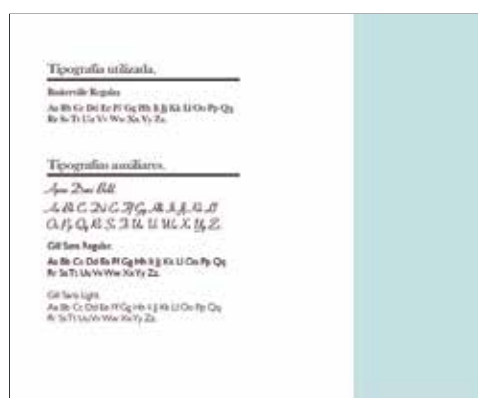
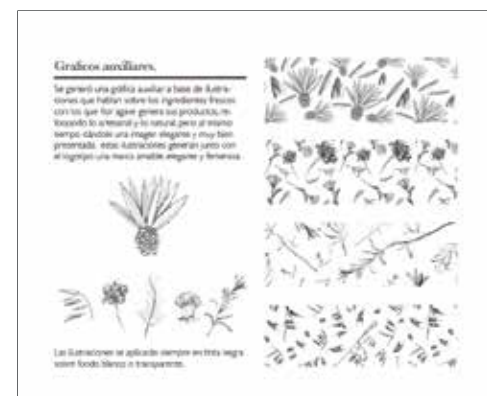
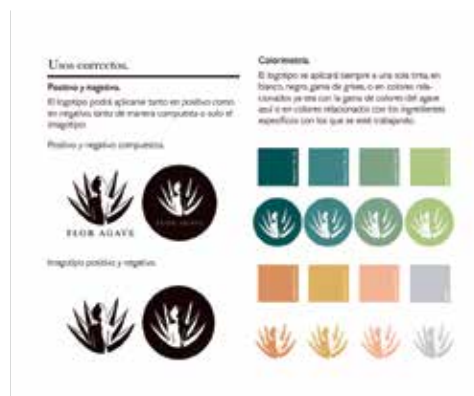
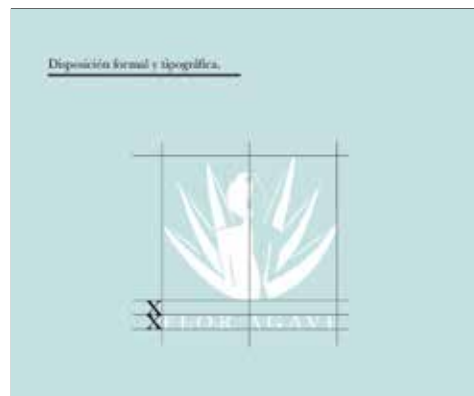




Manual de identidad de Flor Agave



Manual de identidad de Flor Agave



Manual de identidad de Flor Agave

Tipografías utilizadas.

Flourish, Madlon, Montserrat, Playfair

Reservar Reglas:
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Tipografías auxiliares.

Gil Sans Regular:
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Gil Sans Light:
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Uso.
El logotipo podrá aplicarse solo en imágenes con la tipografía o con puntos.

Logotipo.

Tipografía.

Tamaño mínimo permitido.
Logotipo completo.

Imagen.

Tipografía.

Sub-marca.

Puntadas es la línea de Flor Agave. Dedicada a hacer productos textiles de alta calidad utilizando hilo de algodón en un patrón de entrelazo regular que se entrelaza de dar a conocer a su pueblo a través de sus tejidos en cada puntada. Los productos están hechos con hilo de algodón y sus puntadas son una delicada selección de texturas inspiradas en la planta del agave azul y en el paisaje agaveño.

Disposición formal y tipográfica.

Uso incorrecto.

Colores.
No aplicar el logotipo, imagen o tipografía en tonos no especificados. No aplicar los tonos en abstracción en más de 2 tonos.

Sobre material fotográfico.
No utilizar el logotipo sobre material fotográfico no relacionado con la marca.

Manejo formal y tipográfico.
No usar en formato informal permitido. No girar y no deformar la forma o tipografía bajo ninguna circunstancia.

No utilizar los colores especificados arriba ni ningún otro color de colores no especificados en este documento.

Concepto y justificación.

Una puntada es una línea de Flor Agave. Dedicada a hacer productos textiles de alta calidad utilizando hilo de algodón en un patrón de entrelazo regular que se entrelaza de dar a conocer a su pueblo a través de sus tejidos en cada puntada. Los productos están hechos con hilo de algodón y sus puntadas son una delicada selección de texturas inspiradas en la planta del agave azul y en el paisaje agaveño.

Cada línea de agave, cada hilo de la madeja, cada hilo de la agaveña.

La imagen de puntadas pretende reflejar la unión, la cercanía y la calidad. Conociendo la tipografía simple y elegante de Flor Agave con una tipografía de líneas sencillas, fuertes, angostas, se genera una marca que une perfectamente sus valores con su visión, una perfectamente a la altura, con los valores y la vida de su universo. Una marca que une, como las puntadas.

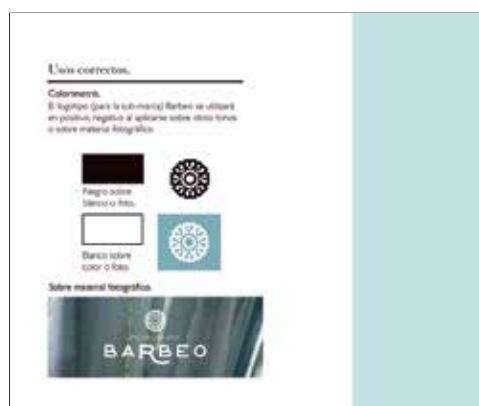
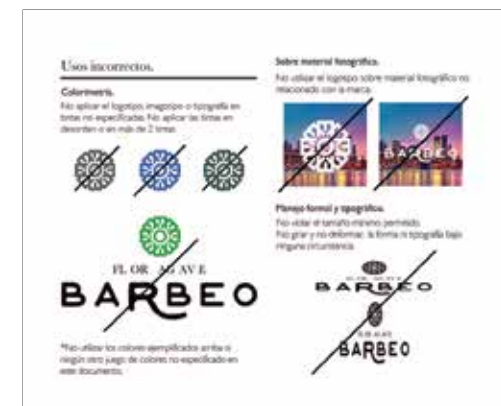
Uso correcto.

Colores.
El logotipo para la sub-marca Puntadas se utilizará en positivo o en negativo, al aplicarse sobre blanco, o a una línea al aplicarse sobre otros tonos o sobre material fotográfico.

Sobre material fotográfico.

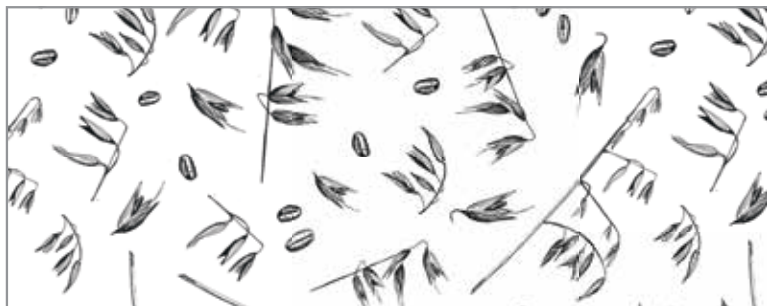
Aplicaciones.

Manual de identidad de Flor Agave



Ilustraciones para Flor Agave

AVENA



MANZANILLA



ROMERO



CALENDULA



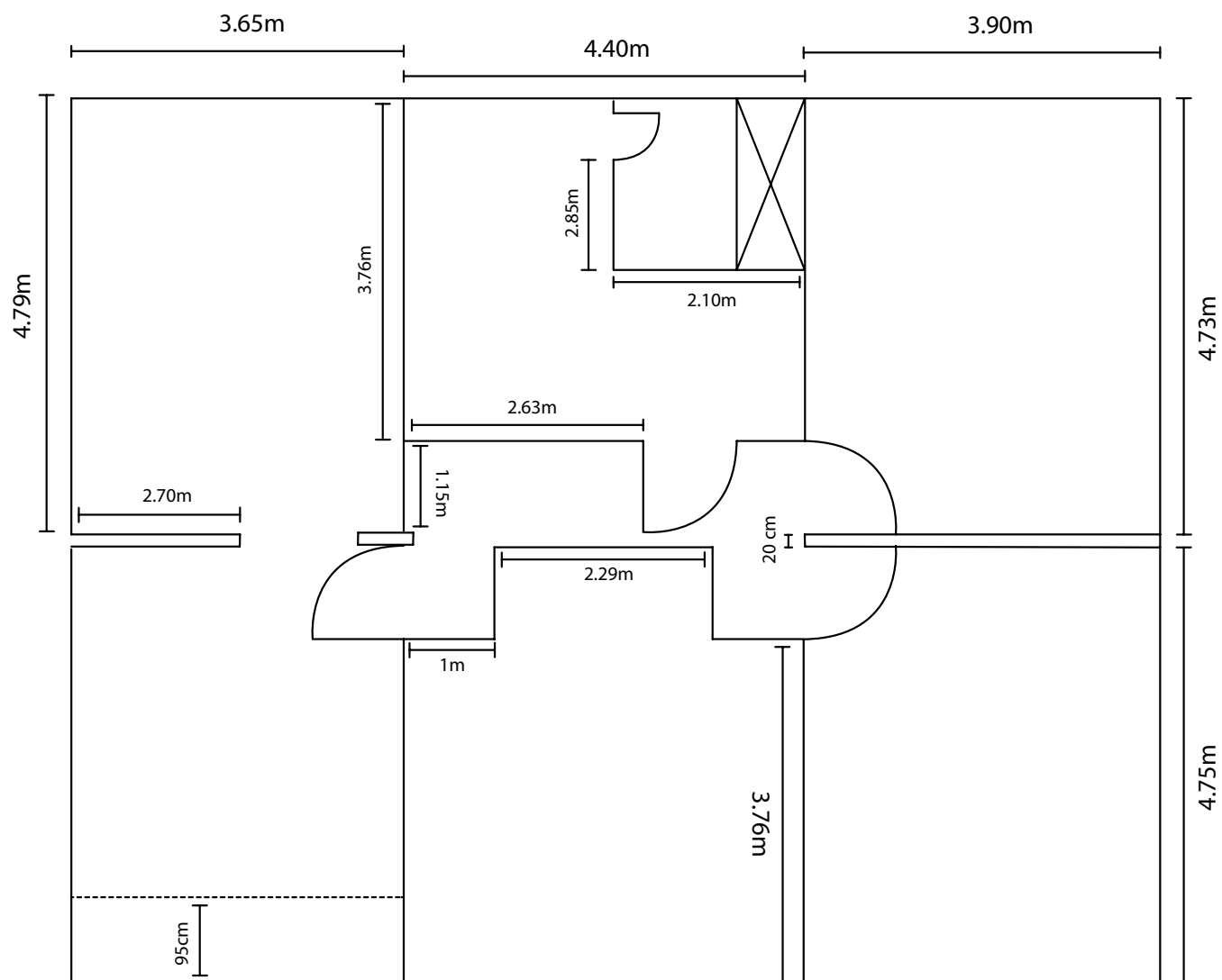
AGAVE



COLA DE CABALLO



Plano del espacio de Flor Agave



Fibraz/Joyería. Proceso metodológico.

CONTEXTO NATURAL Y CULTURAL



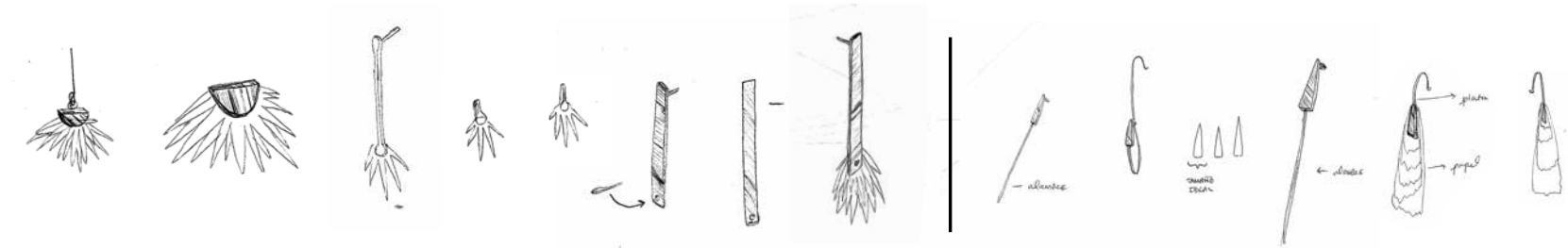
CONCEPTUALIZACIÓN Y PREMISA

A partir del contexto natural y cultural que Tequila ofrece, se tomaron tres elementos: El agave, la coa y las pencas de la planta.

Se diseñan entonces, tres piezas, pensando en una premisa donde el armado de la plata con el papel sea sencillo, facilitando así el proceso del armado con el personal de Fibraz.

Fibras/Joyería. Proceso metodológico.

ABSTRACCIÓN DE ELEMENTOS/BOCETAJE



AGAVE Y COA



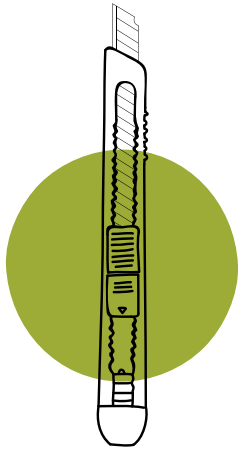
PENCA



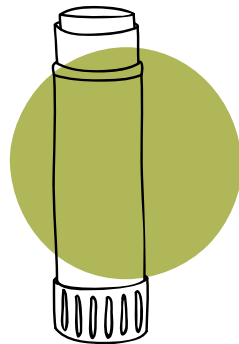
RESULTADOS EN COLABORACIÓN



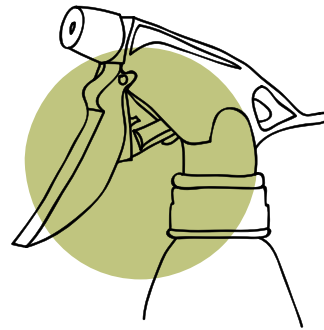
Fibras/Joyería. Ilustraciones para la secuencia visual de procedimiento del armado



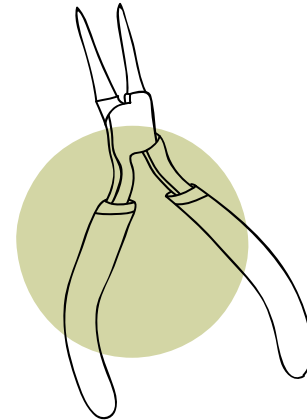
cortador
de papel



acomodo
y pegado
de papel



tratamiento
protector
del papel



armado y doblado
de la plata y el papel



Fibráz

FÁBRICA DE PAPEL

Fábrica de papel de agave de
Tequila 100% artesanal.

/Papel artesanal
/Invitaciones
/Productos de
Interiorismo
/Tours
/Joyería
/Accesorios



Fibráz

FÁBRICA DE PAPEL

Fábrica de papel de agave de
Tequila 100% artesanal.

/Papel artesanal
/Invitaciones
/Productos de
Interiorismo
/Tours
/Joyería
/Accesorios

Propuesta banner
exterior frente y reverso

Ayuda visual "Encendido de quemador"

Versión : 1

Fecha de elaboración: 24-Abr-17

Elaborado por :

Equipo de ingenieros industriales PAP primavera 2017



1. Unión de marcos
Unión de marco con malla (Color: Plateado) y con marco de madera (Color: café).



2. Batido
Con una mano sosteniendo el marco al fondo de la tina, con la otra mano se agita el agua realizando un movimiento de remolino.



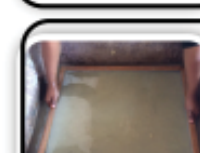
3. Introducción de marco a tina
Tomar el marco de sus lados mas chicos e introducirlo verticalmente a la tina con agua mezclada con pulpa y almidón.



4. Introducción de marco a tina con inclinación
Se introduce el marco con una inclinación hasta llegar al fondo de la tina.



5. Marco totalmente sumergido
con el fin de obtener todo el marco con la pulpa requerida es necesario que las manos que sostienen el marco toquen el fondo de la tina.



6. Extracción de marco
Se retira lentamente el marco del fondo de la tina hasta llegar conforme dejándolo reposar de 30 a 60 segundos.



7. Separación de marco con bastidor
Se retira el marco de madera del bastidor.



8. Colocación de bastidor con fibra
Se ubica el marco verticalmente a una orilla de la tabla, con una mano en la parte superior y la otra en la inferior.



9. Unión bastidor/tabla secado
Se empuja lentamente de arriba hacia abajo hasta la superficie de la tabla.



10. Extracción de agua
Con la ayuda de una esponja se empieza a succionar el agua del primer lado del marco.



11. Exprimir esponja
Se exprime la esponja para retirar el exceso de agua.



12. Extracción de agua del segundo lado
Con la ayuda de una esponja se empieza a succionar el agua del segundo lado del marco.



13. Exprimir esponja
Se exprime la esponja para retirar el exceso de agua.



14. Eliminación de imperfecciones
Con el fieltro verde se coloca encima del marco, pasando el rodillo de metal de inicio a fin en dos ocasiones.



15. Separación de bastidor con tabla secado
Con ayuda del dedo se coloca en una esquina y se mueve alrededor del contorno interior del marco.



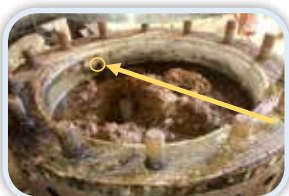
16. Retirar bastidor de tabla secado
Se quita el marco de la tabla empezando de la parte mas cercana a las manos hasta separar el marco del pliego de pulpa.



17. Colocación de fieltro café
Una vez retirado el marco, se coloca el fieltro café encima de la pulpa.



18. Eliminación de marcas de malla en pliego de pulpa
Pasar el rodillo de metal de inicio a fin en dos ocasiones o hasta borrar las marcas de la malla sobre el pliego.



Límite de agua
(Orificio)

1. Comprobación de llenado de digesor

Comprobar que la fibra dentro del digesor se encuentre totalmente sumergida en agua hasta donde esta la flecha amarilla.



Contrapeso

2. Bajado de tapa de digesor

Subir el contrapeso de la base del digesor para que la tapa llegue hasta abajo. (Se requiere el uso de fuerza).!



Guía 1

Guía 2

3. Cierre de tapa de digesor

Para esta operación es importante que las guías marcadas se encuentren alineadas entre sí.



4. Introducción de tuercas y rondanas a tornillos de digesor

Se colocan en los tornillos del digesor, 2 rondanas (1 de presión + 1 normal) y 1 tuerca. Se empieza de un lado ajustándola con la mano, la siguiente va en frente a la primera.



Llave española

5. Ajuste de tuercas con llave española y llave con dado

Con la ayuda de la llave española se ajustan las tuercas hasta apretar, después se da una segunda apretada con la llave con dado para asegurar el sellado.



Llave con dado

Ayuda visual "Tapado de digesor"

Versión	1	Elaborado	Equipo de Ingenieros Industriales PAP 2017	Fecha de elaboración: 24/04/17
---------	---	-----------	--	--------------------------------

Ayuda visual "Encendido de quemador"

Versión ! ! Elaborado por : Equipo de ingenieros industriales PAP primavera 2017!
Fecha de elaboración: 24/Abr/17!



3. Encendido de quemador !

Se enciende un pedazo de papel y al mismo tiempo se va abriendo la llave del gas despacio hasta obtener fuego en el quemador.!

Llave del gas!



1. Abrir Llave de paso del cilindro !

Se gira la llave en sentido contrario a la manecillas del reloj.!



4. Encendido de motor !

Una vez que se obtuvo fuego en el quemador, se conecta el motor, el cual proporcionará oxígeno al quemador para obtener el fuego deseado !



2. Abrir llave de paso 2!

Se gira la llave hacia la izquierda quedando en paralelo con la manguera.!



5. colocación de quemador!

Adquirido el fuego deseado, se acerca el quemador hacia la base del digesor.!

*Agradecemos todo el apoyo
que nos ha brindado la
Fundación José Cuervo
en este proyecto.*

