

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



ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara

**60**  
años

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



Horno de leña: San Salvador, Tequila

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 IV*  
Tequila, Jalisco

PRESENTAN

Programas educativos:

Alumnos:

**Lic. en Diseño**

Ana Paula Martínez García, Nancy Joanna Franco Villa,  
Mariana Elizabeth Ruiz Aguilar, Gabriela Áviles Márquez,  
Mariana Fernández Urrea, Gloria Stephany Barba Estrada

**Lic. en Arquitectura**

Jimena Moreno Herrero, Fernanda Malacara Hernández

**Lic. en Mercadotecnia**

Alberto Valenzuela Siqueiros, Irma Graciela Velázquez Carrillo

**Lic. en Ing. Industrial**

Ana Sofía Zaragoza Ambriz, Corazón Morales Elena,  
Luis Ernesto Ortiz Quintero

**Lic. en Ing. Mecánica**

Juan Ramón Bojórquez Navarro

**Profesores PAP:**

Andrea Mónica Fellner Grassmann, Arcelia Julián Núñez



# 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 el proceso artesanal .....	22
2.4 Los marcos de referencia o los grandes temas.....	26
Capítulo III. Diagnósticos generales.....	37
3.1 Los agaves en México.....	38
3.2 Localización geográfica.....	44
3.3 Los escenarios de intervención.....	45
Capítulo IV. Desarrollo en los diferentes escenarios.....	47
4.1. Dn. Miguel y el trabajo con la madera del quiote.....	48
4.1.1 Historia y antecedentes.....	48
4.1.2 Diagnóstico social – organizacional.....	48
4.1.3 Diagnóstico técnico – ambiental.....	49
4.1.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	50
4.1.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	50
4.1.6 Metodologías utilizadas.....	51
4.1.7 Cronograma o plan de trabajo.....	51
4.1.8 Proceso de construcción conjunta.....	51



4.1.9 Desarrollo de productos, resultados alcanzados.....	52	4.5. Fábrica de papel FIBRAZ de Norma.....	80
4.1.10 Visión del proyecto hacia el futuro.....	52	4.5.1 Historia y antecedentes.....	80
4.2 Amelia y el grupo de las bordadoras.....	54	4.5.2 Diagnóstico social – organizacional.....	80
4.2.1 Historia y antecedentes.....	54	4.5.3 Diagnóstico técnico – ambiental.....	82
4.2.2 Diagnóstico social – organizacional.....	55	4.5.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	83
4.2.3 Diagnóstico técnico – ambiental.....	56	4.5.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	83
4.2.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	57	4.5.6 Metodologías utilizadas.....	85
4.2.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	58	4.5.7 Cronograma o plan de trabajo.....	85
4.2.6 Metodologías utilizadas .....	58	4.5.8 Proceso de construcción conjunta.....	88
4.2.7 Cronograma o plan de trabajo.....	60	4.5.9 Impactos generados.....	88
4.2.8 Proceso de construcción conjunta.....	60	4.5.10 Visión del proyecto hacia el futuro.....	91
4.2.9 Impactos generados.....	62	4.6. Comercializadora Social FJC .....	92
4.2.10 Visión del proyecto hacia el futuro, (recomendaciones).....	62	4.6.1 Historia y antecedentes.....	92
4.3 Dn. Ismael y el trabajo con la pomada del jimador.....	64	4.6.2 Viabilidad de una comercializadora social.....	93
4.3.1 Historia y antecedentes.....	64	4.6.3 Diagnóstico técnico – ambiental.....	94
4.3.2 Diagnóstico social – organizacional.....	64	4.6.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	94
4.3.3 Diagnóstico técnico – ambiental.....	65	4.6.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	95
4.3.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	65	4.6.6 Metodologías utilizadas.....	95
4.3.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	68	4.6.7 Cronograma o plan de trabajo.....	100
4.3.6 Cronograma o plan de trabajo.....	68	4.6.8 Proceso de construcción conjunta.....	100
4.3.7 Proceso de construcción conjunta.....	69	4.6.9 Impactos generados.....	101
4.3.8 Desarrollo de productos, resultados alcanzados.....	70	4.6.10 Visión del proyecto hacia el futuro.....	101
4.3.9 Impactos generados.....	70	.	
4.3.10 Visión del proyecto hacia el futuro, (recomendaciones).....	70	Capítulo V. Aprendizajes individuales y grupales.....	105
4.4. Repostería creativa - Elizabeth.....	72	5.1 Aprendizajes profesionales: competencias reforzadas, conocimientos adquiridos.....	106
4.4.1 Historia y antecedentes.....	72	5.5 Reflexiones por parte de los docentes.....	126
4.4.2 Diagnóstico social – organizacional.....	72	Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones.....	129
4.4.3 Diagnóstico técnico – ambiental.....	74	6.1 Conclusiones.....	130
4.4.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades.....	74	6.2 Recomendaciones.....	130
4.4.5 Objetivos específicos y planes de acción.....	74	.	
4.4.6 Metodologías utilizadas.....	78	Referencias bibliográficas.....	134
4.4.7 Cronograma o plan de trabajo.....	78	VII. Anexos.....	137
4.4.8 Proceso de construcción conjunta.....	78		
4.4.9 Desarrollo de productos, resultados alcanzados.....	78		
4.4.10 Impactos generados.....	79		
4.3.11 Visión del proyecto hacia el futuro, (recomendaciones).....	79		

NOTA: todas las fotografías y gráficas de este documento son producto del trabajo de los integrantes de este proyecto PAP.

Chinchileua, fruto medicinal, Tequila



## 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 y pequeños productores 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 de 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, se está trabajando en la implementación de metodologías de diseño, de arquitectura, de mercadotecnia, ingeniería industrial y mecánica, 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 los periodos anteriores, el PAP ha intervenido directamente en los escenarios con los artesanos; el trabajo y la experiencia del trabajo de este semestre se irá exponiendo a lo largo del

documento. Desde el semestre de verano se empezó a trabajar en el proyecto de una comercializadora social, proyecto impulsado por parte de la Fundación José Cuervo, pensado como lugar en donde se apoyará a los artesanos y pequeños productores de la región para poder comercializar sus productos.

Se realizó en este semestre el proyecto arquitectónico y el desarrollo de la marca con la aplicación de gráficos y el diseño del muro conjunto al inmueble.

Además se siguió colaborando y trabajando en los siguientes escenarios: con Don. Miguel en el proceso de mejorar sus áreas de trabajo, a través de la construcción de un tejabán en su jardín. En la fábrica de papel se realizó una depuración y el ordenamiento de las áreas de trabajo, aplicando la metodología de las 5S-s.

Para Ramón de Flor Agave, se produjeron varias máquinas embotelladoras para sus productos líquidos.

Se organizó un primer encuentro de bordadoras en Tequila y se está analizando si habrá posibilidad de un trabajo colectivo entre ellas.

También se trabajó con el jimador Ismael, quien produce una crema herbal para turistas, en sus procesos y la posibilidad de la generación de su marca.



# Capítulo I

Antecedentes



## 1.1 Antecedentes e historia de Tequila y del tequila

Largamente 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 costales, hilo y cuerda y 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 con su material.

Actualmente la Fundación José Cuervo está en vinculación con otro empresario de Matehuala, San Luis Potosí, que está 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 de 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. 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 con 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. Éstos 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 profesiones 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 pudieran 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 18 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 varios 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. Sin embargo, por la conformación tan heterogénea del grupo y los intereses tan diversos, no se pudo formalizar una cooperativa. No obstante se vio la necesidad de agruparse de manera informal para la comercialización de sus productos. 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 durante año y medio 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 sociales, 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 socioeconómicos 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 este semestre fue estructurar una Comercializadora Social por parte de 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.

En semestre de primavera y otoño del 2016, se elaboró dentro del mismo PAP de Mercadotecnia una propuesta organizacional, financiera y conceptual de Diseño para esta Comercializadora Social.

### 1.6 Planteamientos / Objetivos

Dado a que no existe una colectividad estructurada entre los diferentes artesanos y pequeños productores apoyados por parte de la Fundación, se vió la necesidad de hacer un análisis por separado en cada uno de los 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:

- Dn. Miguel (Dn. Migue): Artesanía elaborada con la madera del quiote (tallo de la flor de agave). Construcción de un tejabán para crear un área de trabajo y de almacenamiento para su materia prima.
- FIBRAZ, Fábrica de papel de agave: Reorganización de los procesos de producción y la aplicación de la metodología de las 5 S-s.
- Bordadoras de Tequila: Se organizó un encuentro de bordadoras para poder conocer las habilidades de muchas señoras bordadoras de Tequila y su interés en aprender nuevas técnicas y metodologías.
- Dn. Ismael el jimador: Se trabajó con el en sus procesos de producción, su fórmula y la investigación para crear su marca.
- Comercializadora Social: Creación de la marca después del análisis de la riqueza de la naturaleza de Tequila y de la Barranca. Se derivaron de este análisis además el proyecto arquitectónico de la tienda.

El principal objetivo de la intervención en los escenarios fue lograr un análisis directo con los artesanos sin la mediación por parte de la Fundación, de modo que se pudiera construir una relación

de confianza entre los artesanos, los alumnos y los asesores, condición indispensable para poder aprender mutuamente y poder construir propuestas en conjunto.

Fortalecer de esta manera la autoestima del artesano en cuanto a su saber y capacidad de poder innovar y mejorar sus procesos de manera autónoma.

- Promover la implementación de metodologías de diseño para poder aplicar elementos de identidad en los productos artesanales y así propiciar en los mismos artesanos su sentido de identidad y pertenencia por el lugar y la región.
- 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, la cual 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, ha 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. Bajo este esquema se generaron con los años posiciones y jerarquías entre la Fundación y el grupo de artesanos. A la vez entre ellos se hizo notar el desequilibrio y el desinterés de formar una colectividad, ya que los niveles socio- económicos, culturales y los niveles de formación en los artesanos son muy distintos. Como tercer elemento en este contexto se suma la universidad con el proyecto de aplicación profesional, a través del cual tanto alumnos como maestros intervienen y colaboran.

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 empezamos con la aplicación de los primeros pasos 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.

Según Sanoff se tendrán que incluir los siguientes pasos para lograr un proceso participativo democrático: la democracia participativa y deliberada, la generación de objetivos de participación compartidos, una planeación estratégica con una visión común, teniendo como base la promoción de la participación y lograr un consenso en las decisiones.

## **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.



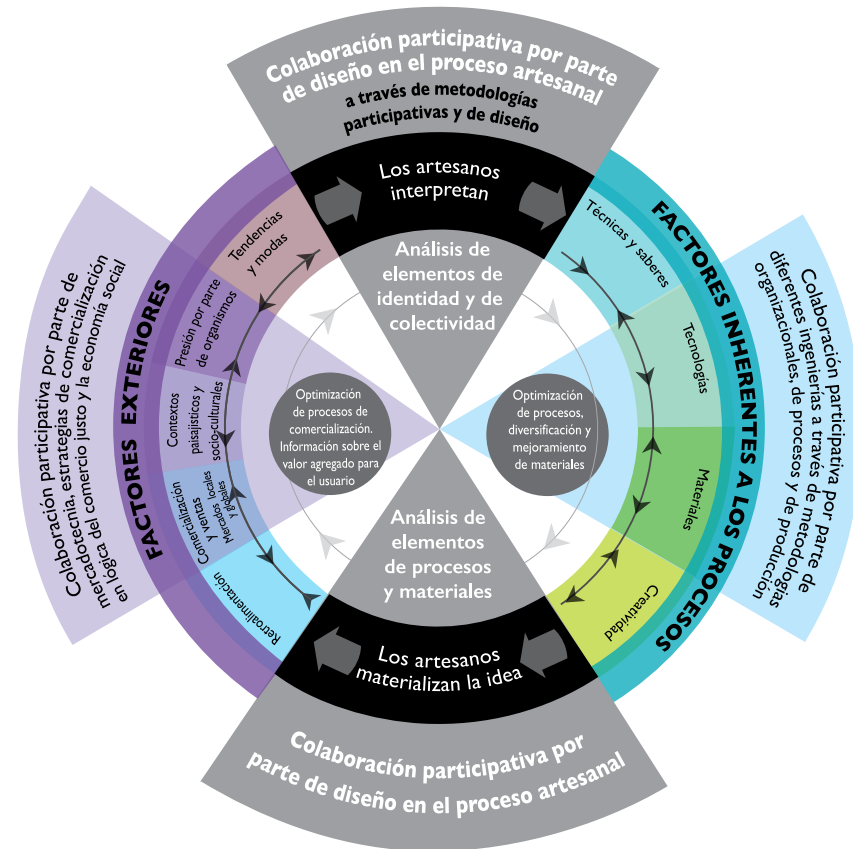
### 2.3 Colaboración participativa por parte de diseño, las ingenierías y mercadotecnia en el proceso artesanal

A través de la experiencia con los artesanos en este semestre llegamos a desarrollar el siguiente modelo que muestra los momentos de intervención entre artesanos y diseñadores.

La primera colaboración por parte de los diseñadores sucede en la fase interpretativa del artesano, desarrollando en conjunto con él los elementos de identidad potenciales de la región. (Se encuentran fotografías que evidencian estos procesos experimentados en todos los apartados de los diferentes escenarios). Así el artesano encontrará 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 generación de diseños con nuevas mezclas en materiales y terminados (evidencias en el apartado de FIBRAZ y de Don. Miguel). A través de la comercialización se vuelve 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 y diseñadores.

La siguiente gráfica visualiza este proceso en su conjunto.



Gráfica: elaboración propia del PAP



## **2.4 Los Marcos de referencia o los grandes temas que nos ocupan en este Proyecto de Aplicación Profesional**

### **El diseño como factor de desarrollo en vinculación con otras profesiones.**

En la búsqueda de experiencias parecidas a las nuestras en este proyecto nos encontramos este ejemplo de una experiencia colombiana: El Laboratorio de Diseño.

Artesanías de Colombia es una sociedad creada para incrementar la competitividad en el sector artesanal con el fin de mejorar la calidad de vida de los artesanos y poder preservar el patrimonio cultural junto con la sostenibilidad del medio ambiente. Esta sociedad crea, coordina y lidera programas con entidades públicas y privadas para poder impulsar el sector.

“Gracias a las acciones pioneras que Artesanías de Colombia realiza en todo el territorio nacional y con mayor énfasis en el último decenio, el sector se ha fortalecido de forma creciente. Contribuyen a ello los convenios firmados con entes territoriales, organizaciones no gubernamentales, fondos mixtos, universidades, empresas privadas y asociaciones de artesanos... La Empresa es hoy reconocida internacionalmente y se constituye en un modelo de desarrollo del sector en América Latina” (Craft Revival, 2005, p.80).

Las estrategias de trabajo utilizadas dentro de estos laboratorios de Diseño y proyectos ayudaron de diferentes maneras a impulsar el trabajo con los artesanos, con el fin de lograr lo objetivos propuestos.

Innovación y mejoramiento tecnológico: Acceso a la innovación y tecnologías para el proceso productivo.

Investigación y desarrollo de productos: Creación de nuevos productos por medio de la tecnología y la técnica de los artesanos.

Desarrollo integral del talento humano: Desarrollo de programas para mejorar la calidad y así garantizar la sostenibilidad del trabajo.

Dinámica de trabajo en los laboratorios de diseño: Implementación de grupos de trabajo de diseño por profesión y oficio con el fin de generar una actividad más eficiente.

Herramientas metodológicas:

-Talleres de creatividad: Intercambio de conocimientos de parte de un diseñador para así poder orientar al artesano a partir de su entorno.

-Cursos Talleres: Formación del artesano, mejorando los procesos artesanales, así como el uso de los recursos naturales para perfeccionar técnicas.

-Asistencia técnica: Optimizar procesos técnicos.

-Gira educativa o taller móvil: Intercambio de experiencias entre diferentes artesanos, así como oficios.

-Seminarios: Herramientas de capacitación que permiten la confrontación de procesos y metodologías.

Al trabajar con artesanos, se busca la manera de mejorar el trabajo de ellos por medio de diferentes procesos con los cuales les pueda ayudar en la eficiencia, mejora y rapidez de estos mismos para incrementar sus ventas y asimismo su calidad de vida, también al estudiar al mercado al que se le quieren vender dichos productos y tener una estrategia planteada para ellos incrementa de manera considerable sus ventas.

A continuación se narra un listado de las ventajas sobre la intervención del diseño en el comercio de las artes y artesanías (Caso Los Alfareros De Aruvacode, bordadoras y otros artesanos):

Vincular las mejoras tecnológicas y diseño en un sistema de comercialización informal, convirtiéndola en un sistema económico formal, generando eventualmente ingresos económicos más altos.

El diseñador debe estudiar y conocer perfectamente a su artesano en cada una de las visitas, así podrá identificar los intereses específicos y particulares del cliente y sabrá cómo resolver por medio de procesos creativos qué es lo que querrá comunicar a través de sus productos para generar mayor número de ventas.

Involucrar al artesano en el mundo del diseño, hacerlo ver por

medio de catálogos lo que le gusta a la gente en otras culturas y ver otras posibilidades de usar su materia prima (como en este caso la arcilla) para la creación de nuevos productos y abarcar un mayor número de audiencia y compradores.

Habilidad para crear y no para imitar. Ideas más atrevidas.

Apertura a que existe la posibilidad de vender sus productos no solo en su región, por lo tanto es necesaria la cuestión del “embalaje” para proteger los productos en el traslado.

Crear una serie de productos con una gama de precios variada para ganar credibilidad y hacerlos atractivos.

- Una selección más amplia de productos
- Mejor acabado y estilo de los productos

Diseñar un plan de producción de los productos para hacerlos más rápidos y eficientes y que el personal pueda darse abasto con los pedidos. Por medio de una estrategia, definir qué es lo que le corresponde hacer a cada persona de acuerdo a su área de trabajo.

Proporcionar ideas y estímulo para que surjan productos de diseño creativo e innovador de los mismos artesanos.

Desarrollar una gama de muestras; corregir y modificar errores de tamaño, diseño y acabado; sugerir variaciones, tamaños, colores y alternativas para todas las muestras desarrolladas.

“En 1985, cuando comenzamos a trabajar con las bordadoras, el salario medio pagado por bordado era 2,50 rupias. Ahora las mujeres ganan de diez a veinte veces más, aproximadamente, dependiendo de la calidad del bordado. Muchas mujeres ganan entre 800 y 1.500 rupias al mes, trabajando sólo unas cuantas horas al día, en lugar de los programas cegadores y de esclavitud del pasado. La situación ha cambiado totalmente. Ahora la mayoría de las mujeres prefieren tener una forma de ganarse la vida más flexible, CREATIVA y lucrativa. El éxito de pequeñas empresas como esta de las bordadoras, han probado que la artesanía es todavía viable y que es una herramienta efec-

tiva como empleo y como generación de ingresos” (Craft Revival, 2005, p.42).

En la actualidad, gracias al abuso excesivo de la tecnología y procesos industriales que han perdido el valor de las cosas, ha nacido la “Nueva economía de la experiencia”.

Los productos y servicios que tienen una gran historia por contar llena de cultura, tradición y aprendizaje, son aspectos que han llegado a ser muy valorados por un nuevo sector de la sociedad que busca llevarse un pedacito de ese lugar al que visitó, aquellos productos capaces de despertar la curiosidad y el deseo en las personas identificadas con la singularidad de las raíces culturales, siguiendo el crecimiento de la demanda de bienes simbólicos que poseen una fuerte identificación cultural con un territorio determinado.

Y es por eso que debido a la demanda de la nueva economía de la experiencia, nace la propuesta de unir el diseño y la artesanía, utilizando elementos significativos de la región y los símbolos que caracterizan las tradiciones. Más que un reto, es una gran ventana de oportunidades para el artesano y las pequeñas empresas, ya que hay un nuevo sector que valora y está sumamente interesado en su trabajo.

“Diseñar un producto artesanal es compartir con los artesanos su proceso de producción, aportando cada una de las partes sus conocimientos. Y el conocimiento del artesano no es sólo su técnica.

Es principalmente su *savoir-faire*\* que tiene un vínculo profundo con la cultura del lugar donde vive. Esta es su riqueza, la cual debe ser extraída, revalorada, re-significada y que ellos perciban como suya, que les pertenece y que tiene valor. El artesano no es una simple “mano de obra”, es el hombre y señor de un lugar y de un momento de la historia” (Barroso, 2011).

\**Savoir - faire* :Destreza o gracia especial que tiene una persona para hacer las cosas, especialmente las relacionadas con el trato social.

El trabajo del diseñador en conjunto con el artesano no solo existe en la fase del diseño del producto, sino que va más allá, debe permanecer y convertirse en un gran vínculo de cooperación, uno debe complementarse del otro siempre para que el producto sea lo que realmente busca el comprador.

Diseñar un producto así debe ser original y único, sin perder las raíces de , pues no debe de perder su lugar de origen; a veces falta solo un pequeño cambio para darle una nueva vida al producto que quizá ya estaba obsoleto.

Un factor muy importante que es de suma importancia y muchas veces los artesanos no le dan el valor que se merece, es el empaque, pues es aquel que transporta los productos, los protege y le dan un valor añadido, así como informar al comprador y que esté seguro de lo que está comprando, como tiempo de producción, nombre del artesano, ingredientes o materiales, entre otros.

El diseñador en el mundo de la artesanía puede aportar más de lo que se imagina, pues ahora hemos descubierto que hay un nuevo sector económico - social en la actualidad que está dispuesto a valorar el trabajo cultural, tradicional y creativo de los artesanos, así que en conjunto con el diseño, como lo mencionamos anteriormente, tendrá muchas ventajas en la parte creativa, económica, social y productiva para la pequeña empresa del artesano.

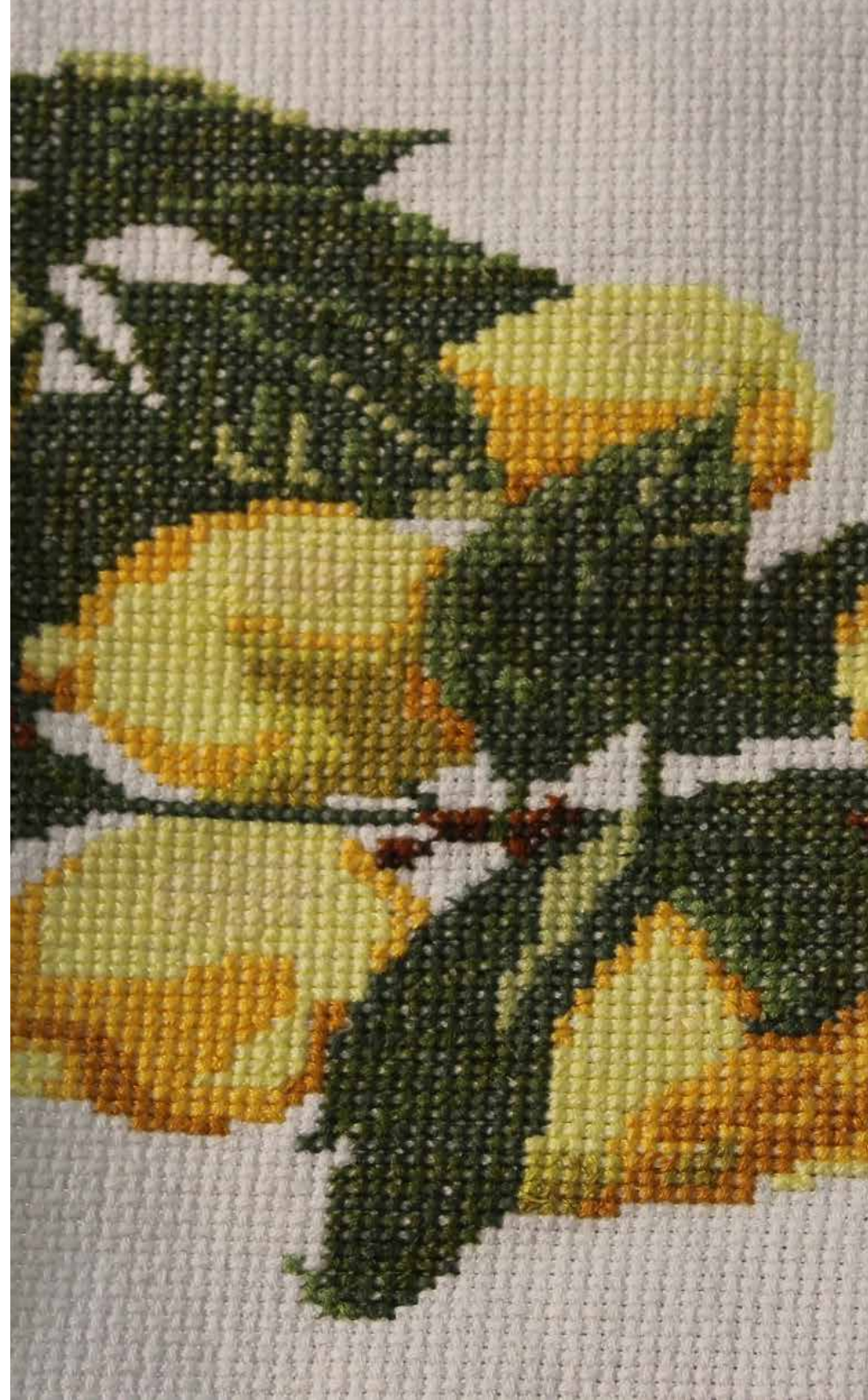
### **Microempresas sociales y de comercio justo, sus estructuras, modelos de organización y de vinculación.**

“ El diseño no es sólo la manifestación de un producto, es un ejercicio impulsado por un proceso relacionado con resolver problemas y con mejorar la calidad de vida ”  
(Encuentros de diseñadores con artesanos, 2005).

¿Qué son y cómo se conforman las microempresas ?

Se refiere, genéricamente, a las unidades productivas de baja capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado, que cuentan con menos de 10 trabajadores laborando.

¿Qué representan las microempresas en la economía en México?  
De acuerdo al último Censo Económico publicado por el Instituto



Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del universo de unidades económicas en México: a) el 95.2% son microempresas, b) generan el 45.6% del empleo, y c) contribuyen con 15% del valor agregado de la economía.

Ejemplo de modelo de organización de microempresas de artesanos:

No hay un modelo estándar de una microempresa, como son tan pequeñas, suele haber solamente un líder o dos, tiene que ser menos de 10 trabajadores para que sea considerada microempresa, debido a que las ventas es lo que alcanza a cubrir esa mano de obra.

¿Qué oportunidades tienen en México?

Gran parte del tejido económico en México se basa en pequeñas empresas familiares y contribuyen a la generación de empleo y al desarrollo económico - social.

CODEPSA es una organización internacional que apoya a través de microfinanciamientos que se financian de donaciones. (esta es una opción, aunque aplica más a las microempresas más vulnerables, y no a los artesanos de Tequila).

En 2012 se publicó en México la Ley de la Economía Social y Solidaria con el fin de establecer mecanismos para facilitar la organización y expansión de la actividad en este del sector, y delinear la responsabilidad del fomento e impulso por parte del estado.

En ésta se definen las reglas de organización, promoción, fomento y fortalecimiento del sector social de la economía, que contribuya al desarrollo del país, a la generación de fuentes de trabajo.

El instituto tendrá como objeto instrumentar políticas públicas de fomento al sector social de la economía, con el fin de fortalecerlo y consolidarlo como uno de los pilares del desarrollo económico del país, a través de la participación, capacitación, investigación, difusión y apoyo a proyectos productivos del sector.

Es un apoyo que ofrece el gobierno al darse cuenta de que las microempresas son lo que le da soporte a la mayoría de las familias

Mexicanas. Mas lo que principalmente necesitan estas microempresas es asesoría y financiamiento.

Programa nacional de las microempresas.

Objetivo

El Programa Nacional de Microempresas tiene como objetivo apoyar a los empresarios en una primera etapa con capacitación y consultoría, y en una segunda etapa con acceso a financiamiento para equipamiento.

Ante la necesidad de fortalecer a las microempresas mexicanas, la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, desarrolló el "Programa Nacional de Microempresas", cuyo fin es aplicar las políticas públicas para que este segmento empresarial logre:

- Mejorar condiciones empresariales y oportunidades de negocio
- Incrementar su rentabilidad
- Reducir los costos de producción, emisión de contaminantes, consumo de energía y agua
- Introducir nuevas y eficientes tecnologías
- Mejorar la calidad de servicio y atención al consumidor

Requisitos

- Contar desde 0 hasta 10 empleados
- Disponer de RFC o estar dado de alta como REPECO (sin antigüedad)
- Antigüedad de operación del establecimiento con al menos 6 meses.

**¿Qué oportunidades tienen las microempresas para la vinculación con otras?**

La creación de espacios de cooperación entre microempresas estimula la generación de ventajas competitivas y externalidades que contribuyen a consolidar y dinamizar los procesos de modernización empresarial. Favoreciendo la creación de aglomeraciones productivas y contribuyendo a la inclusión social aumentando los ingresos entre éstas y reduciendo su vulnerabilidad.

## ¿Qué es comercio justo?

“El Comercio Justo es una asociación de comercio, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye a un desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores y trabajadores marginados. Las organizaciones de Comercio Justo, apoyadas por los consumidores, están implicadas activamente en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional .”

Ejemplos de éxito de artesanos en empresas:

### TEKITI

Es una empresa que surge de la mente de Sofía Cruz, una entusiasta joven de Jalisco, apasionada de las artesanías. Su objetivo principal es preservar las técnicas artesanales en general, pero principalmente se centra en las que están a punto de desaparecer. Ella pensó en llevar directamente las artesanías a un mercado de gran valor. Se dio cuenta de que los turistas muchas veces no tienen la oportunidad de ver de cerca el trabajo de los artesanos, así que decidió ofrecer las artesanías a hoteles de gran turismo en México y el extranjero. Con ello logró un pago más justo para los artesanos.

Actualmente Tekiti apoya a los artesanos a mejorar y preservar sus técnicas de producción y para alcanzar más mercados.

### OAXACA EN UNA CAJA

Surge de la iniciativa Diana Navarro y su hija Tabatha Mata, dos mujeres orgullosamente oaxaqueñas que decidieron ir por las artesanías más representativas de ese estado y juntarlas en una caja de madera decorada a mano.

Las cajas son pintadas a mano con motivos oaxaqueños y en su interior podemos encontrar artesanías y productos originarios de todas las regiones del estado: textiles, cerámica, mezcal, dulces, chocolate, etc.

Estas bellas cajas han conquistado al público nacional e internacional. Importantes personalidades, como el Papa Francisco o la premio Nobel Rigoberta Menchú, han recibido estas cajas, ya que

son empleadas principalmente como regalos y para presumir la riqueza cultural de Oaxaca.

Con este modelo de emprendimiento, Diana y Tabatha han brindado a decenas de artesanos la oportunidad de mejorar sus ingresos.

### DE MAYO

Una empresa que surge de la iniciativa de cuatro estudiantes del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Santa Fe, con el objetivo de mejorar las condiciones de mujeres indígenas de Puebla.

Fátima Álvarez, José Antonio Nuño, Enrique Rodríguez y José Miguel Cruz iniciaron este proyecto con 30 mujeres artesanas de Naupan, Puebla, a las que poco a poco han ido capacitando para fabricar prendas de vestir decoradas con sus tejidos indígenas. Dichos productos han sido comercializados con éxito en México y próximamente en el extranjero.

El objetivo principal de este proyecto emprendedor es empoderar a las mujeres indígenas a través de su trabajo artesanal. Actualmente, Flor de Mayo trabaja con alrededor de 140 tejedoras de comunidades indígenas de Puebla, Chiapas y Oaxaca.

## ¿Que modelos de negocio podrían ser viables para los artesanos de Tequila?

“Los artesanos triunfarán con una gestión empresarial moderna” (Emprendedores, 2017).

La artesanía está en una etapa de desarrollo muy importante, se contraponen a lo industrial y la consolidación de su modelo de negocio está dejando de ser pequeño.

Es cierto que la transición no es sencilla, deben convertirse en productos con marca, con prestigio y valor único.

Marca y nuevos canales, proceso de adaptación

Venta online

Organizaciones de artesanos (cooperativas)

Competitividad, mejorar la presentación de los productos, marcas paraguas.

Calidad y distinción, ya que no pueden competir en calidad y precio con los producidos en serie.

Productos únicos  
Productos de calidad  
Semillero de empresas

### **Cómo mantener la producción de artesanía contra la producción en masa?**

Actualmente es muy común que los diseñadores dejen en segundo plano a los artesanos y les digan qué hacer y cómo hacerlo, sin dejar que el artesano plasme en su obra su cultura, sus creencias, su modo de vivir.

Para mantener una artesanía que no se vuelva producción en masa se necesita de un equipo en donde el diseñador junto con el artesano trabajen de la mano sin que la artesanía pierda su esencia.

¿Cuál es el papel de la tecnología hoy en día en las artesanías?

La tecnología será la adecuada cuando forme parte del contexto, es decir cuando sea apropiada para la comunidad en concreto.

¿Es viable económicamente? ¿Se puede reemplazar sin alterar la calidad del producto? ¿Es segura?

Lógicamente con la entrada de la tecnología las herramientas mejorarán y por lo tanto los rendimientos.

“A menudo, los productores artesanales, especialmente los que hace la gente rural, son descartados sin más por estar pasados de moda y con mecanismos de producción anticuados” (Artesanías de Colombia S.A. y la UNESCO, 2005, p 21).

### **¿Qué se debe de tomar en cuenta para que el modelo de negocio de los artesanos sea viable?**

De lo general a lo particular, nos convertimos en observadores del contexto, el ambiente, lo social, cultural y las costumbres. Cada artesano será un caso diferente, por lo tanto una evaluación y una solución distinta.

La infraestructura que existe, la posibilidad de transporte, el clima y las estaciones del año (por lo tanto las cosechas), los festivales o prácticas de la comunidad y por supuesto las jerarquías o forma de poder que van a regirlos como artesanos, como negocio y como miembros de una comunidad.

Todo lo anterior es de suma importancia, pero desde luego ningún negocio sería viable si no conocemos a los artesanos.

“Un artesano de madera quemada de Nueva Delhi (India), hizo constar que se sentía como un prisionero porque los representantes del comprador estuvieron con él todo el día” (Artesanías de Colombia S.A. y la UNESCO, 2005, p 109).

Los artesanos llevarán su propio ritmo y cumplirán según sus necesidades, siempre trabajarán en diferentes etapas, todo esto debemos estudiarlo y tomarlo en cuenta para lograr un trabajo eficaz.

### **¿Cómo es la relación: viabilidad del producto y la intervención del diseño?**

Hay un proceso que tenemos que llevar a cabo, consiste en el análisis de oportunidades, el posicionamiento en el mercado, la viabilidad técnica y material, gustos, dimensiones y funciones de los productos. Para que exista un diseño responsable, se necesita de diseñadores responsables; en nuestro caso los diseñadores responsables somos nosotros alumnos que trabajamos de la mano con ellos, que somos parte de su equipo y sabemos de primera mano las necesidades, sus gustos y sus capacidades, a partir de un trabajo como este es cuando la viabilidad del producto y la intervención del diseño sucede.

### **¿Qué tomar en cuenta para la correcta producción del mercado de Tequila?**

La primera investigación importante tiene que ver con los mercados y las tendencias que rodean a los artesanos y productores de tequila, con grupos como nosotros los artesanos deben de ser capaces de poder identificar tendencias y generar nuevos usos para sus artesanías, deben poder desarrollar la capacidad de renovarse. La sensibilización que desarrolla está orientada al gusto de sus consumidores.

Otro tema igual de importante es la publicidad y la promoción, hoy en día es difícil sobrevivir como negocio si no tienes un buen plan de negocios y una buena inversión en el área de promoción y publicidad. Como artesanos hay que apoyarlos, quizá de manera económica o quizá, con apoyo de trabajo, pero es importante que

ellos aprendan a generar y conservar su propio mercado. En Tequila existen dos tipos de consumidores y los dos deben de tomarse con seriedad, así como aproximarse de manera diferente. Para los locales o residentes que solamente harán compras que tengan que ver con su vida cotidiana, los precios de estos productos deberán ser más accesibles y hay que considerar un cambio de producto mucho más acelerado que los que se ofrecen a los turistas, quienes son el otro grupo de consumidores.

### **Estrategias de comercialización para los artesanos en un contexto local, nacional y global**

#### **Los desafíos de la artesanía en los países del cono sur**

El papel de la cultura en el contexto global

Se ha visto que en la reciente crisis económica se muestra una gran necesidad de un cambio en el modelo de desarrollo. La Cultura puede añadir un nuevo punto para el desarrollo sostenible y equitativo, donde la capacidad de renovación esté fundamentada en la creatividad, y se puedan desarrollar modelos alternativos que se adapten a los recursos culturales de cada pueblo.

La cultura contempla el conjunto de rasgos que caracterizan a una sociedad. Además de las artes y las letras, también se consideran los derechos fundamentales, valores, modo de vida, creencias y tradiciones. Esta idea de cultura se considera como un espacio simbólico en el que las personas nos relacionamos y nos expresamos a través de éste. Las actividades culturales se convierten en un fenómeno económico relevante, que mueve muchos recursos, genera empleo y riqueza. Las industrias culturales son caracterizadas internacionalmente por una gran dinámica y gran ritmo de crecimiento.

#### **Retos y desafíos del sector cultural**

Existen aún desafíos y se necesitan grandes esfuerzos para superar las dificultades y debilidades que existen y así obtener una posición mejor en el sector cultural, es difícil obtener datos debido a que hay poca precisión, o actualización de cifras. Debido a esto



hay una resistencia a invertir en la cultura. Además de una falta de inversión pública en la cultura por parte del gobierno, ya que buscan resultados a corto plazo, y choca con el hecho de que las iniciativas culturales requieren de una inversión a largo plazo para obtener resultados. No existe una legislación cultural relacionada con la propiedad intelectual o a la falta de protección de las producciones locales.

En América Latina por ejemplo se consumen más productos culturales extranjeros y va en crecimiento esta tendencia y por este motivo muchas empresas nacionales desaparecen por la presión de las multinacionales. Es necesario equilibrar la situación apoyando la creatividad y la calidad de los productos locales y nacionales. Existe un desajuste entre las capacidades comerciales y artísticas que se debe balancear, generando una fusión entre creatividad y visión de negocio

#### **Apoyo institucional a la cultura para el desarrollo en el sector artesanal**

“Viví cultura “Contempla a la artesanía como un elemento estratégico del sector cultural, y mejora la producción a través del diseño de nuevas formas de trabajo, orientadas a lo artesanal enfocándose en el mercado interno y global”.

#### **Artesanía: tradición, creatividad y economía**

Las técnicas artesanales se consideraron como patrimonio y se reconocieron a los artesanos como portadores de esta cultura inmaterial, ante la UNESCO se consideran estas técnicas un tesoro de la humanidad. Las artesanías tienen doble capacidad: fomentar la generación de trabajo y el crecimiento económico y por otro lado revalorizar la cultura que se debe mantener ante el proceso actual de homogeneización cultural mundial.

En el cono sur se creó un taller de excelencia de la mano de la UNESCO, el cual consiste en actividades de formación y promoción y busca incentivar la creación de productos de calidad basados en técnicas tradicionales, y también incentivar a los artesanos a la comercialización de sus productos en el mercado internacional. Dan capacitación en diseño y comercialización de artesanías,

con el fin de convertirse en una fuente de recursos y un atractivo turístico.

#### **Artesanía y patrimonio**

En el patrimonio de lo inmaterial se incluyen las técnicas artesanales tradicionales, reconocer el importante rol desempeñado por la creación artesanal en la producción y reproducción de las formas de vida de los pueblos y nos remonta a los orígenes mismos de la especie humana. Se destaca la función de relación entre los valores materiales y espirituales de las comunidades.

#### **Formas de comercialización**

Los espacios tradicionales para la venta han sido siempre el mercado desde épocas antiguas, es su medio normal al que su público tiene acceso. Existen también los intermediarios que compran sus productos y los llevan a mercados más lejanos.

El intermediario compra a precio muy bajo, sin embargo, le ayuda a vender lo que no vende en el mercado local. Existe la venta temporal y permanente, la temporal es en ocasiones muy especial como festividades religiosas o paganas y las permanentes suelen estar en lugares de mayor afluencia turística.

Otra oportunidad de comercialización son las ferias artesanales temporales que suelen realizarse una o varias ediciones al año en diferentes estados, éstas tienen importantes enlaces de comercialización y contactos de producción para el resto del año y les ayuda a tener trabajo para los meses siguientes. También existen las ferias internacionales que es otra forma de comercialización que se menciona más adelante.

Además, existe un boom que ha mostrado interés por la artesanía y han surgido algunas tiendas de venta exclusivas de objetos artesanales con valor cultural o de diseño y además se enfocan en comercio justo. Tiene un público exclusivo y tiene información e historia más detallada sobre las piezas y los artesanos que las producen.

La exportación de objetos artesanales es pequeña en comparación con la capacidad de producción. Las comercializadoras exportadoras son muy pocas, por esto existe una necesidad de in-



corporar nuevas empresas exportadoras. Pero existe una fuerte necesidad de capacitar y fortalecer a los productores artesanales para la exportación y conocer los mercados internacionales.

Con el taller “Viví Cultura” la participación en ferias ha sido un impulso interesante, este programa busca impulsar la promoción de las expresiones culturales basándose en los valores y la identidad local, fortalecer la calidad, competitividad y servicios producidos. Más allá de la ganancia económica que se pueda obtener en la feria, apuesta a experiencias directas de mercado como un aprendizaje y evaluación de los talleres ofertados. Ya que hay una afluencia masiva de diferentes grupos sociales y gustos y así los artesanos pueden evaluar la aceptación y hacer correcciones de ser necesario. Diferenciar la delgada línea entre original y creativo, lo exagerado de lo ridículo, se puede ver en los detalles. La mala elección de colores, pinturas, elemento no útil pueden ser el diferenciador para el rechazo o aceptación del comprador potencial.

Es importante que sea un producto diferente sin que pierda la esencia del lugar de origen.

En ocasiones un pequeño cambio puede dar vida a un objeto que esté obsoleto. Otro detalle que es muy importante en el que a veces los artesanos no ponen atención es el embalaje sobre todo en objetos frágiles, un envase bien diseñado puede aportar un valor extra y a la vez informa datos que son necesarios para el turista como tiempo de producción, dónde se hizo, qué tan difícil es hacerlo, quién lo produjo, contenido o peso, materiales o ingredientes, nombre del artesano, etc.

“Viví Cultura” pone la competitividad como una estrategia de comercialización de la artesanía, basándose en su desarrollo y promoción de los valores e identidades locales. Se financia un coordinador que motive y ordene debates, estimula y asesora la presentación de proyectos con algún plan estratégico. Además, se lanzó una incubadora social que tiene como slogan “tú pones la idea y nosotros te ayudamos a convertirla en negocio del cual puedas vivir dignamente”.

Existen factores culturales que hacen que a los trabajadores y artesanos se les haga difícil verse como empresarios, lo que es

necesario trabajar. El artesano debe enfocar su trabajo en función de la demanda real o potencial sin sacrificar su creatividad.

La postura “yo hago lo que siento y si al mundo no le gusta, peor para el mundo” no tiene cabida en el mundo de hoy (UNESCO 2011, p 52).

Cualquier persona que combina mano de obra, capital e información, no importa si es muy poca de cada una, es un empresario.

Es importante la persona y el proyecto ya que, aunque haya una buena idea, si no tiene un buen emprendedor no tiene futuro y viceversa.

Y ellos se apoyan de estos puntos para la selección:

(a) Una convocatoria amplia y clara en cuanto a los alcances, que llegue a todos los potenciales interesados.

(b) Un formulario de inscripción que deberán completar los interesados para que permita hacer una primera evaluación de los dos factores clave: la persona y la idea.

(c) Un test de tendencia emprendedora que se hace en forma presencial entre todos aquellos que se registraron y pasaron el primer filtro. Es un test diseñado especialmente por la ONUDI para su programa de creación de empresas, que ayuda a identificar la personalidad del postulante en aspectos relevantes que hacen a su carácter emprendedor.

(d) Una entrevista personal con el tribunal que luego será el responsable de realizar la selección final. Esta etapa, que requiere una preparación previa, es reveladora de las características de la persona, así como su involucramiento con la idea de negocio planteada (UNESCO 2011, p55).

### **Capacitación**

Una vez realizada la selección se les brinda, como primera actividad sustantiva, un curso sobre creación y desarrollo de empresas.

Este curso tiene como objetivos generales:

- Brindar herramientas básicas para una gestión adecuada de las empresas culturales.
- Aportar con conceptos que contribuyan a la mejor comprensión del entorno y su influencia en la empresa.



- Contribuir a una toma de conciencia de la importancia de la información al momento de tomar decisiones.
  - Incentivar el uso de herramientas de medición de gestión.
  - Contribuir a valorar la importancia de la planificación en el desarrollo de la actividad empresarial.
  - Que, al finalizar el curso, el emprendedor sea capaz de elaborar un plan de empresa, que se haya apropiado del mismo y esté en condiciones de presentarlo y defenderlo.
- Esta actividad es grupal (entre 15 y 20 participantes es el número ideal) y va preparando al emprendedor para las etapas subsiguientes (UNESCO 2011, p.56).

#### Diseño y gestión

El artesano por naturaleza se siente diseñador, hasta cierto punto por ser creador lo es, y siente que la intervención del diseñador le quita creatividad y personalidad a su trabajo.

También es común que sienta una especie de rechazo cuando visualiza su trabajo de una manera comercial, y siente culpa tener que cobrar por lo que hace.

Pero es importante que si quiere vivir de su actividad tiene que existir alguien que pague por ello. Es importante encontrar ese equilibrio entre su creatividad y lo que la gente quiere. Y tener un balance entre la demanda que hay y hacerlo al menor costo posible.

#### La participación en Ferias Internacionales

En el texto se identifican tres formas de internacionalizar los productos artesanales, salir a vender de forma directa, exportar desde su lugar de residencia o vender al extranjero que visita es decir al turista.

En el proyecto Viví Cultura tuvieron como objetivo “promover los productos en las principales ferias internacionales” y se creó un fondo para financiar la participación. Es importante seleccionar las ferias de manera cuidadosa, ya que suelen ser muy caras y no es posible participar en todas. Es por esta razón que se hace también una selección de artesanos de manera abierta y transpar-

ente, y ser muy rigurosa en nivel y perfil del artesano, mediante un jurado calificado.

#### Artesanía e ingeniería (La ingeniería y el cambio en la artesanía)

“La producción artesanal corresponde a etapas históricas anteriores a la división del trabajo (en la que el artesano dominaba todo el trabajo). Actualmente se sigue utilizando esta denominación para referir a aquellos procesos, de hoy en día, en los que no se ha hecho una gran incorporación de tecnología (máquinas, organizaciones, etc.). También se le utiliza para referir a ciertos procesos de producción de alimentos en los que, un mismo productor, maneja todas las etapas de la cadena de producción (desde la obtención de los insumos hasta la distribución de los productos al consumidor)” (UNAM 2009-2010).

En la antigüedad la industria más grande era la artesanal y de carácter familiar, es decir, la artesanía fue lo que la industria es hoy (todo era artesanía). Los diferentes artesanos usaban el material que tenían a la mano y producían artículos útiles para las poblaciones que estaban a su alrededor, en esta época el artesano era el diseñador, productor y vendedor de sus productos. Pero con el paso del tiempo la economía basada en el trabajo manual fue reemplazada por otra dominada por la industria y la manufactura (revolución industrial).

Conocemos revolución industrial a la aceleración de la producción con la utilización de las máquinas, [la revolución comenzó con la mecanización de las industrias textiles y el desarrollo de los procesos del hierro. La expansión del comercio fue favorecida por la mejora de las rutas de transportes y posteriormente por el nacimiento del ferrocarril. Las innovaciones tecnológicas más importantes fueron la máquina de vapor y la denominada Spinning Jenny, una potente máquina relacionada con la industria textil. Estas nuevas máquinas favorecieron enormes incrementos en la capacidad de producción] (UNAM 2009-2010).

Ejemplos:

La producción de un clavo: En la antigüedad los clavos se hacían de manera manual, es decir, forjado donde primero se pone la barra de metal a calentar a rojo vivo para empezar a dar la forma y hoy en día gracias a la utilización de máquinas se pueden obtener 2000 clavos por minuto.

La Industria textil: Antes el hilado se hacía de manera manual y con la revolución industrial se inventaron máquinas para facilitar su producción.

Agricultura: Se emplearon nuevos sistemas de cultivo y se incrementó la producción de varios productos. Máquinas para cosechar, antes se utilizaba un pico o una herramienta puntiaguda para hacer un agujero en la tierra para poder sembrar.

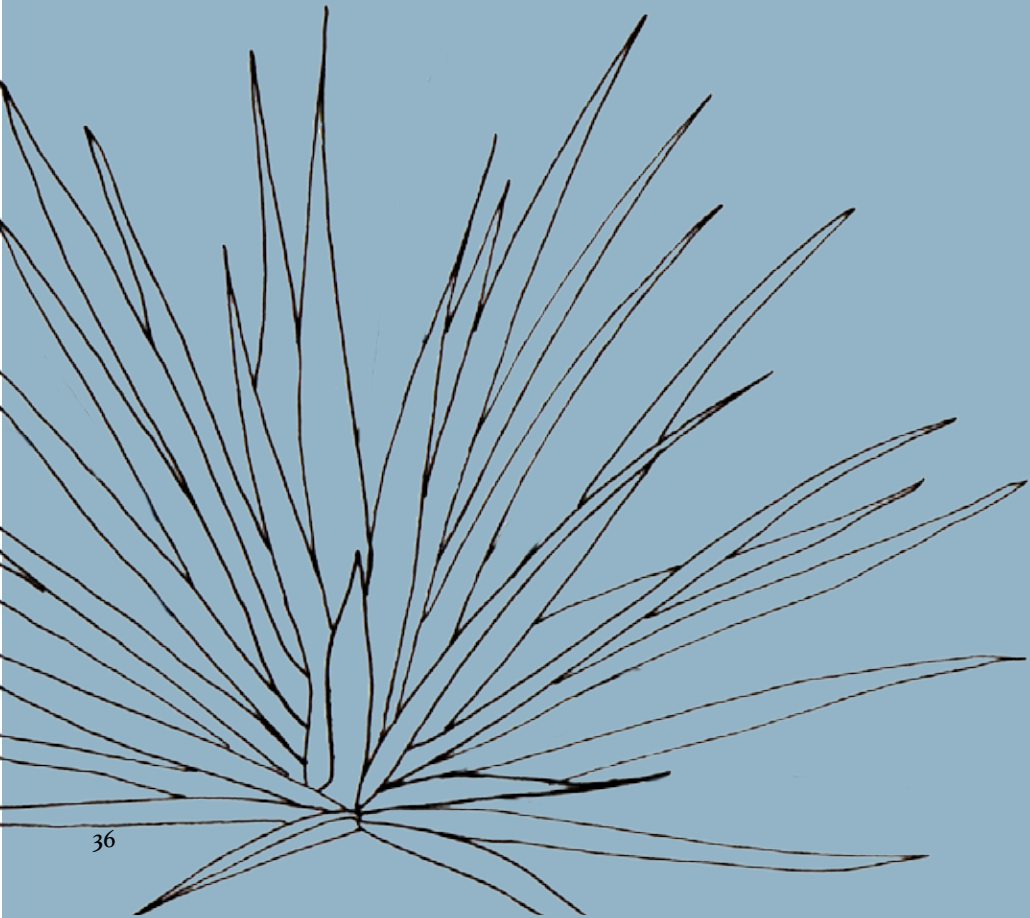
Con la revolución industrial el taller artesanal pasó a ser una fábrica con maquinaria.

En la actualidad la condición del artesano ha cambiado, ya que no está en contacto directo con los clientes y por ello desconoce las necesidades y deseos de los consumidores (la relación entre el cliente y artesano se ha roto) es difícil hacer productos para un cliente que no ve (Encuentro entre diseñadores y artesanos, 2005).

### **¿Pero qué tiene que ver la ingeniería con las artesanías?**

Gracias a la ingeniería se pueden aplicar conocimientos científicos para mejorar la técnica de producción, documentar el proceso, recuperar los motivos tradicionales y diseños (mejorar los procesos de producción), en pocas palabras nos permite transformar los recursos disponibles para satisfacer las diferentes necesidades. También nos permite la introducción de nuevos materiales como materia prima, la adopción de costos, control de calidad y la planificación de productos y estrategias promocionales. Hacer que el producto tenga un precio competitivo, que el producto sea agradable para la vista y ser más útil para los usuarios. Con la finalidad de que los artesanos puedan responder a los cambios de mercados y a las necesidades del cliente actual (unir la producción artesanal a las necesidades de la vida moderna).





# 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.

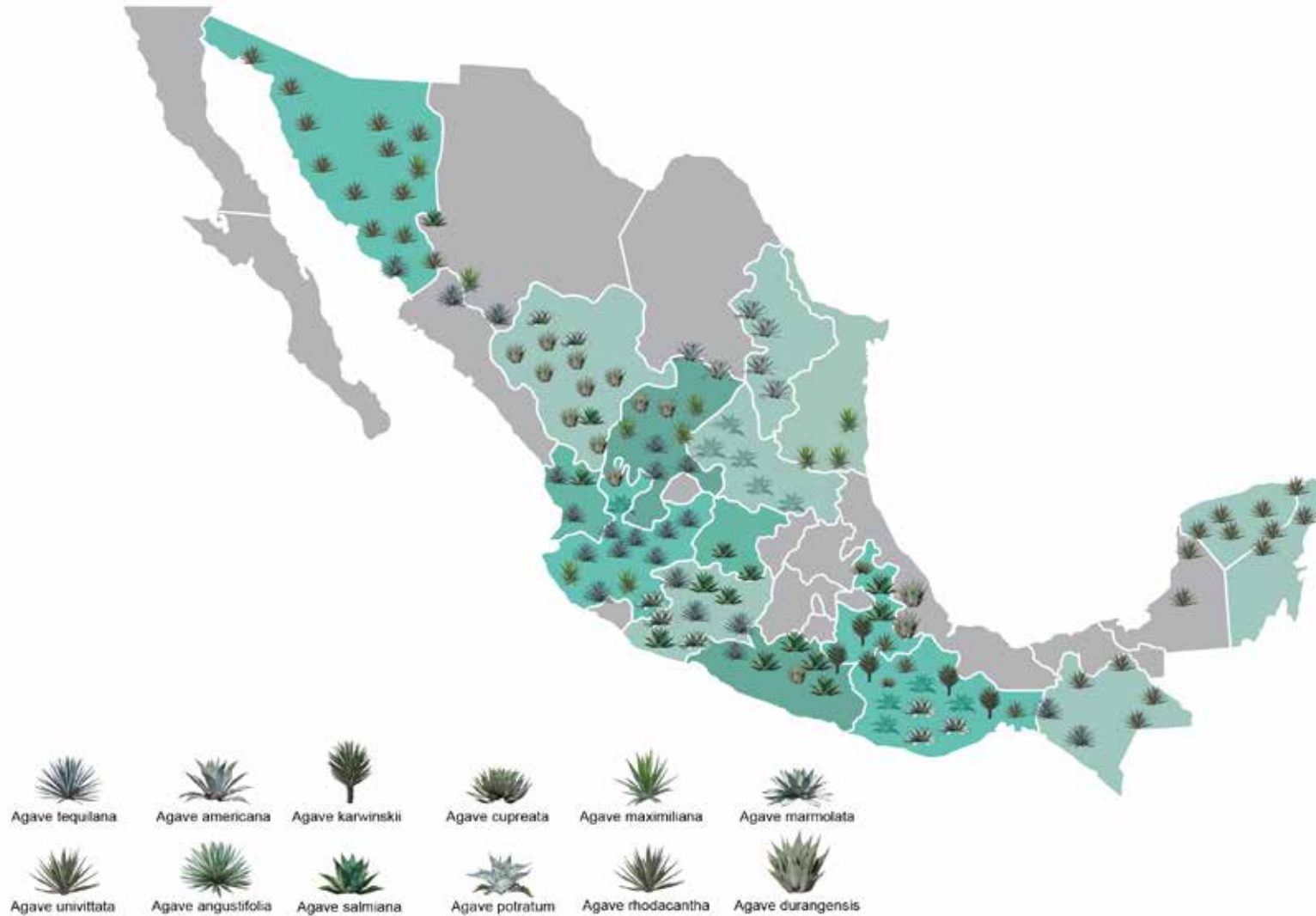
En el siglo pasado hubo un desarrollo industrial y económico importante en Yucatán, gracias a la producción de hamacas hechas de henequén. Desafortunadamente, la aparición de fibras sintéticas hizo que se desplazara el uso del henequén y con ello se produjo una pérdida de millones de fuentes de trabajo.

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 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.



### **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, como 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 una fecha exacta de cuándo fue el comienzo en las distintas regiones del país 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

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 conoce 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. En el siglo pasado, Yucatán fue uno de los productores más grandes del henequén, lo cual dio lugar a una industria importante de fabricación de hamacas. Desgraciadamente con la aparición de las fibras sintéticas se redujo dramáticamente la producción del henequén en Yucatán durante muchas décadas.

Tanto en Oaxaca, en Michoacán como en Chiapas hasta la fecha se produce hilo de diferentes especies de agaves a nivel artesanal y se generan una gran variedad de productos y artesanías sobre todo en comunidades indígenas.

### **Proceso Artesanal para desfibrar el agave:**

Actualmente podemos observar en diversas comunidades indígenas que se apoyan en el proceso de la desfibrada de las hojas de agave a nivel artesanal en recursos que la naturaleza provee para poder lograr como resultado el hilo de agave.

El proceso consta de 5 pasos:

El primer paso es la extracción de la fibra de la penca del agave, la hoja se corta en la base de la piña para poder aprovechar el largo completo de la fibra.

El siguiente paso es el golpeo de la fibra con un mazo de madera para poder extraer todo el líquido de la penca, este proceso dura aproximadamente 5 minutos ya que toda la hoja tiene que ser golpeada. Con este procedimiento se facilita la extracción de la fibra haciendo que se ablande y poder continuar con el proceso.

Una vez golpeada y ablandada la hoja de agave se pueden extraer las fibras. Para esto se utiliza una herramienta improvisada, que consta de una tabla con clavos o puntas filosas, usadas para el cepillado de la fibra, eliminando poco a poco toda la parte exterior de la penca.

Cuando se obtiene la fibra se pone a secar para poder realizar el peinado que en muchas comunidades se realiza haciendo uso de las espinas de un cactus, lanzando las fibras y jalándolas sobre el cactus, logrando así el peinado natural de la fibra hasta llegar a una fibra suficientemente delgada para poder hilarla.

El último paso de este proceso es empezar a crear una trenza desde las fibras obtenidas después del peinado, se cuelga la fibra alrededor del cuello y por medio de las manos se tuercen las fibras y con ayuda de su saliva logran pegarlas, haciendo que se forme un hilo, listo para usarse en las distintas artesanías.



### **Artesanías a partir de la fibra de agave en Tequila Jalisco:**

Actualmente en México se cultiva un agave por cada dos mexicanos. La mayoría de esta producción va enfocada hacia la industria del tequila. Después del proceso de la extracción y fabricación del tequila por medio de agave, a las empresas les sobran grandes cantidades diariamente de residuos de sus procesos, en su mayoría la fibra del agave cocida (marrana). La mayor parte de estos residuos es utilizada para la producción de composta, ya que todavía no se ha generado una industria alterna que pueda aprovechar esta cantidad de desechos con procesos modernos. Actualmente se están realizando proyectos emprendedores, haciendo pruebas para producir un suplemento alimenticio para el ganado basado en la fibra seca del agave.

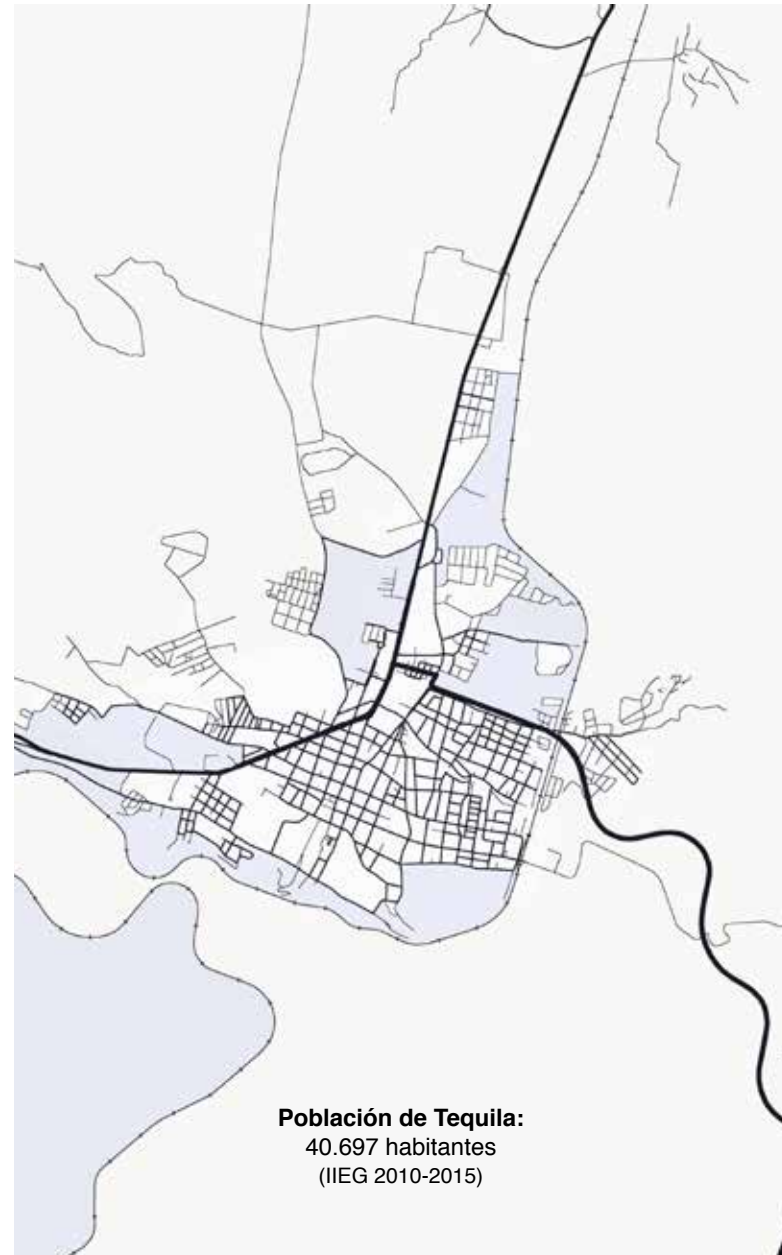
En la comunidad de Tequila, Jalisco, se elaboran actualmente distintas artesanías tales como papel de agave y productos realizados con el papel de agave en forma de cuadernos y libretas, paneles para uso de interiores, joyería, macetas, vasos, jabones, bolsas de gancho, productos alimenticios como vinagretas, mermeladas, galletas, macetas de madera de quiote y productos decorativos de diferentes materiales derivados del agave.

(Los textos de este apartado se generaron en los semestres pasados, sin embargo se consideró una información básica para este documento)



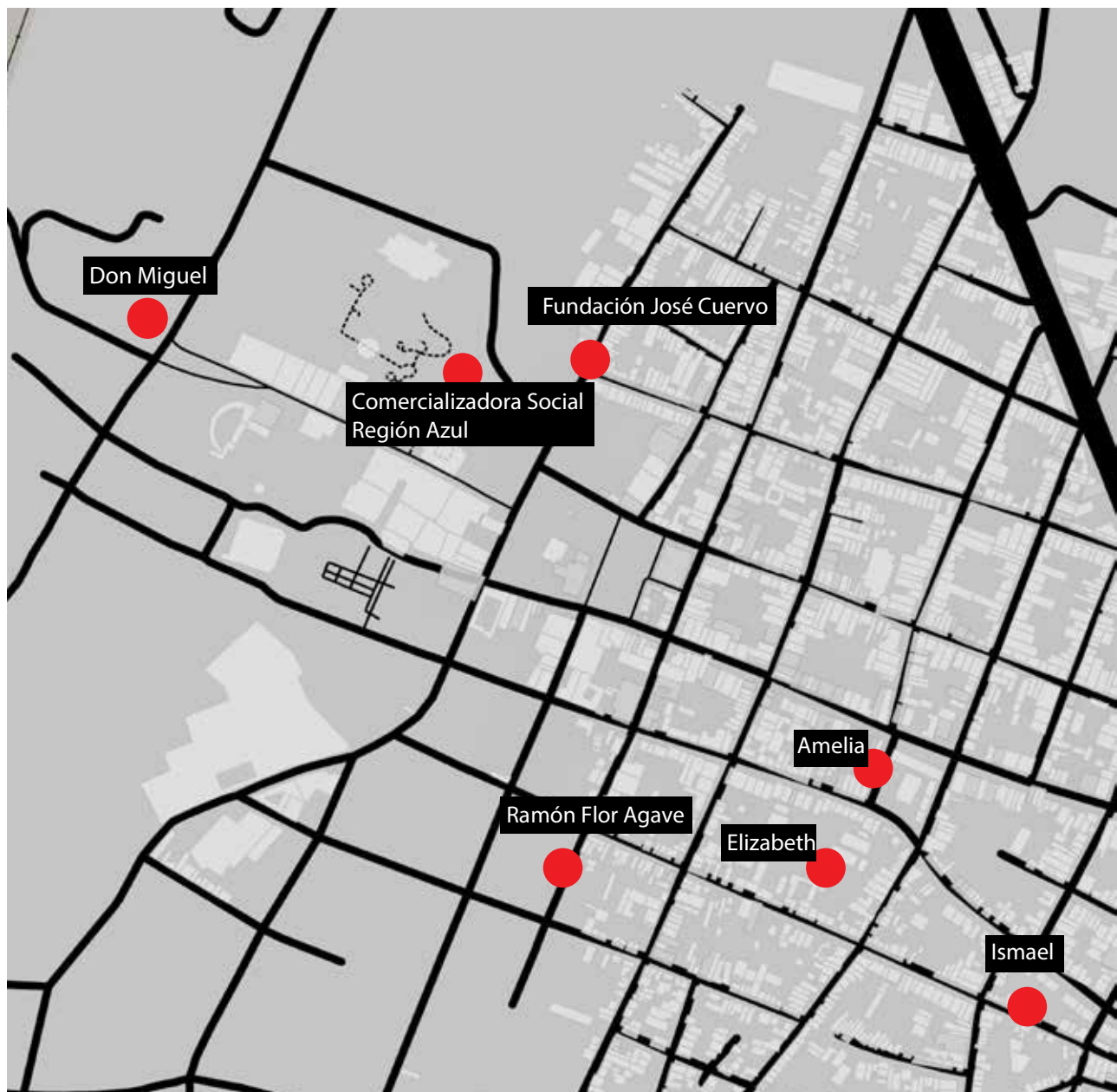
### 3.2 Contexto de Intervención en Tequila.

#### *Localización geográfica.*



### 3.3 Los escenarios de intervención

- Dn. Miguel (Dn. Migue): Artesanía elaborada con la madera del quiote (tallo de la flor de agave).
- FIBRAZ, Fábrica de papel de agave
- Jimador Ismael: Crema del Jimador
- Bordadoras de Tequila
- Comercializadora social / FJC





# 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 solo 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.

El quiote del agave es su materia prima principal -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 le ayuda en sus ratos libres y es su sueño que termine por hacerse cargo del taller cuando él ya no pueda seguir trabajando.

##### **4.1.2 Diagnóstico social –organizacional**

En los semestres pasados se ha trabajado con Don Miguel en diferentes proyectos, se empezó a trabajar con él en la mejora de sus procesos y de sus diseños y esta construcción conjunta determinó los planes de trabajo de cada etapa de intervención.

En primavera de este año se consideró que era importante remodelar y acondicionar la entrada de su casa, la cual hasta ahora ha tenido la función de espacio de exposición para sus artesanías y como su taller de fabricación. Los resultados de este proceso se pueden apreciar en el reporte PAP de primavera del 2017 y como siguiente punto de acción quedó pendiente la construcción de un tejabán en el jardín de su casa. Para esta acción participaron en este semestre varios alumnos del PAP en curso y dos alumnos de los grupos de los semestres pasados. A raíz de la dificultad con la que nos encontramos para conseguir los materiales para construir



el tejabán se empezó en este semestre la búsqueda de materiales en desuso para recilarlos para la construcción del tejabán. En esta búsqueda se involucraron Dn. Miguel y su hijo Willy y los alumnos del PAP.

Willy, el hijo de Dn. Miguel, sigue con muy buena actitud y disposición lo que muestra que realmente está tomando las riendas para poder seguir con el trabajo de su padre en un futuro. Su participación e iniciativa en la construcción del tejabán fueron indispensables y muy significativas.

#### 4.1.3 Diagnóstico técnico – ambiental

En los diagnósticos anteriores se menciona que Don. Miguel trabajaba en un contexto muy poco adecuado, en un espacio que tenía muchas funciones y además con mucho desorden, lo cual impedía un proceso adecuado de producción.

Después de que se remodeló el espacio de la entrada de su casa para que pueda tanto trabajar y producir, como recibir turistas para exhibir sus artesanías, sigue la construcción de un tejabán en la parte de atrás de su casa, en donde se quiere generar un espacio protegido de la lluvia para poder almacenar adecuadamente la materia prima de Don Miguel, que es la madera de quiote. Además servirá el espacio para que tenga Dn. Miguel un área de trabajo más amplio. Se emparejó el piso del patio con la ayuda de Willy, el mismo subió la barda que colinda con vecinos para poder tener toda la barda que rodea el predio a la misma altura.

Al contar con una escasez de quiotes, por el hecho de que las tequileras no dejan enquistar a los agaves para no perderlos para la producción tequilera, esta materia prima se ha hecho muy valiosa para el artesano y no se podrá permitir que por la falta de condiciones adecuadas de almacenamiento, se pierda la poca madera de quiote que logra rescatar Don Miguel.

Además, al no permitir quiotar a los agaves (ya que el quiote seca la penca y no permite extraer la melaza que se utiliza para producir el tequila) las tequileras generan un impacto muy negativo sobre la población local de murciélagos - polinizadores naturales del agave-, y un efecto devastador sobre las poblaciones de





**Temas en los cuales se apoyó a Dn. Miguel para su desarrollo autónomo:**

- Desarrollo del área de almacenamiento y de trabajo en el patio de la casa de Dn. Miguel. Se construyó un tejabán para el área de protección.
- Se siguió fomentando el proceso de responsabilidad entre Dn. Miguel y su hijo Willy en cuanto a la construcción conjunta.

\*Esta gráfica es un síntesis que se construyó a base de la información obtenida de los análisis realizados en los semestres pasados y en el actual.

murciélagos migratorios, que dependen del néctar del quiote para restablecer sus reservas de energía.

**4.1.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades**

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 quiote, 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.

Así que el mejoramiento de sus condiciones de almacenamiento y de los espacios para la producción y venta de sus artesanías, abrirá nuevas oportunidades para su crecimiento.

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

En este periodo, como ya se mencionó anteriormente, logramos construir el tejabán en la parte del jardín de la casa de Dn. Migue. Los planes de acción conjuntas entre Dn. Miguel, Willy y los alumnos consistió en la búsqueda de materiales adecuados para la construcción del tejabán, con la premisa de que sean materiales naturales o reciclados. La construcción misma del tejabán se llevó a cabo a través de gestiones coordinadas tanto de Dn. Miguel, el que organizó los materiales como cemento, grava y ladrillos; Willy subió el muro que delimita su propiedad a la altura de su casa y gestionó la participación de un soldador por parte del área de mantenimiento de José Cuervo y por parte del PAP gestionamos la donación de vigas en desuso en el ITESO para la estructura del tejabán. La Fundación José Cuervo aportó las láminas galvanizadas y facilitó la gestión con el área de mantenimiento de José Cuervo. La construcción misma se llevó a cabo entre todos los mencionados.

#### 4.1.6 Metodologías utilizadas para la construcción del tejabán

- Gestión coordinada entre los participantes, tanto de la familia de Dn. Miguel, la Fundación José Cuervo como los integrantes del PAP.
- La coordinación misma de la construcción la lograron conjuntamente entre Willy y los alumnos del PAP a través de intercambios de saberes y opiniones.

#### 4.1.7 Cronograma o plan de trabajo.

- Medición del terreno y la asignación del espacio asignado para el tejabán.
- Realización de planos.
- Búsqueda de materiales y según la factibilidad de los materiales visualizar los cambios en los planos.
- Presupuestos
- Gestión de los materiales encontrados, con proveedores, donadores y la Fundación José Cuervo.
- Construcción del tejaban durante tres semanas:
  - Marcación de la posición de los cimientos para los postes
  - Preparación de los orificios para la cimentación
  - Transporte de materiales de Guadalajara a Tequila
  - Cimentación de los postes
  - Soldadura de los travesaños
  - Montaje de las láminas sobre la estructura de acero.

#### 4.1.8 Proceso de construcción conjunta.

Desde el semestre de primavera del 2017 se había planeado el tejabán para la parte del jardín de la casa de Dn. Miguel para lograr un área protegida de la lluvia y el sol, para el almacenamiento de la madera del quiote y para lograr un área de trabajo definida. Desde entonces empezó la búsqueda por encontrar materiales económicos para construir este techo. También empezó el proceso de organización entre Dn. Miguel y su hijo Willy, para que se dieran las condiciones de llevar a cabo esta construcción, la cual había sido resultado de los análisis de necesidades





primordiales para la labor artesanal de ellos. Debido a la escasez de la madera del quiote se descartó la posibilidad de utilizarla para la construcción del tejabán. En estos últimos meses tampoco se pudo conseguir madera adecuada para los postes, por lo que optamos por buscar materiales de construcción en desuso para reciclarlos en esta obra. Se consiguieron en el área de Servicios Generales del ITESO materiales de vigas de acero, las cuales habían sido partes de edificaciones desmanteladas. Con la donación de láminas galvanizadas por parte de la Fundación se completaron los materiales. Dn. Miguel gestionó cemento, grava y ladrillos para la cimentación de los postes y Willy levantó un muro conjunto con ladrillo y gestionó un soldador que ayudó en el armado de la estructura del tejabán.

El proceso de construcción se dio en un ambiente de intercambio de ideas, saberes y experiencias por parte de todos los involucrados y el proceso fue muy fluido y sobre todo se generó un ambiente de agradecimiento y alegría de que por fin se estaba logrando el objetivo trazado desde hace dos semestres.

De nueva cuenta nos dio mucho gusto de haber vivido el fuerte compromiso por parte de Willy para apoyar a su padre y además de hacerse cada vez más cargo del los procesos.

#### **4.1.9 Desarrollo de productos, impactos alcanzados.**

Consideramos que se logró un muy buen avance para el taller de Dn. Miguel, para almacenar sus quiotes y para generar y confinar finalmente su área de trabajo.

#### **4.1.11 Visión del proyecto hacia el futuro.**

Lo que sigue para darle contiunidad en los procesos de Dn. Miguel es organizar en conjunto con él sus áreas de aprovechamiento en el área del tejabán, ayudarle cómo almacenar su materia prima y cómo diseñar su lugar de trabajo. Sólo así se podrá pensar que tenga en un futuro un flujo de trabajo funcional.

En el siguiente semestre se tendrá que retomar el proceso de diseño de sus productos para darle continuidad al proceso emprendido hace dos semestres, para encontrarle sentido a los espacios nuevos generados y que no corran el riesgo de



## **4.2 Amelia y las bordadoras de Tequila**

### **4.2.1 Historia y antecedentes**

Nuestro primer acercamiento con las señoras bordadoras de Tequila fue a través de la recomendación de la Fundación José Cuervo que nos contactó con la Sra. Amelia.

Amelia es una bordadora nacida en Tequila, Jalisco. Desde los 7 años de edad aprendió varias técnicas para bordar y tejer. Estos conocimientos los fue adquiriendo por medio de su madre, quien tejía algunas cobijas y cosas para la cocina, como individuales, servilletas e incluso personalizar sus propios mandiles poniéndole cualquier bordado de su agrado; además su padre era sastre.

Cuando ella ya era mayor de edad tomó un curso del DIF, en el cual le enseñaron de manera más detallada a bordar con punto de cruz. Ahí le enseñaron a coser y bordar con diferentes tipos de telas e hilos. Al terminar el curso salió con una técnica más limpia, además de haberse quedado con los diseños con los que le enseñaron a tejer.

Ella no tiene un equipo de trabajo, sino que si tiene un trabajo muy pesado recurre a una vieja amiga para que la apoye; sin embargo, ella prefiere empezar y terminar todo con su propia mano, ya que dice que se nota cuando dos personas distintas hacen un mismo trabajo.

No tiene un público meta fijo, sino que ella hace todo bajo pedido. Según le vayan pidiendo piezas es lo que va haciendo. No vende sus piezas en el mercado de artesanías porque no tiene suficientes piezas para vender. Su cliente más fuerte es el dueño del equipo de Toluca, el cual cada determinado tiempo le manda a hacer varios juegos para el jet de sus jugadores.

El costo de sus piezas es elevado, ya que es mucho trabajo, sin embargo no tiene algo como referencia. Por ahora el juego de 1 individual + 1 servilleta + 1 coctelera para una persona cuesta entre \$1300 y \$1500. Es necesario sacar los costos basándonos en sus horas de trabajo + materiales utilizados para sacar un



costo más justo para sus clientes.

Hace poco tomó un taller que impartió Banamex para empresarios. Ahí conoció a Margarita Arana de la Fundación José Cuervo, la cual la invitó a impartir un taller para enseñar a otras mujeres la técnica de punto de cruz. La idea de Margarita es organizar un grupo de bordadoras y recuperar un poco esta técnica perdida. Amelia aceptó, lo único que le preocupa es el tiempo, ya que dice que es algo tardado de aprender esta técnica, así que mínimo va a pasar un año para que ella pueda enseñar sus técnicas.

Lo que ella espera es que le ayudemos con sus diseños y la manera en la que va a impartir el taller. Así que le podríamos ayudar con eso evaluados los costos, ya que eso podría estar influyendo en que tenga tan pocos clientes.

#### 4.2.2 Diagnóstico social –organizacional

Encontramos que el trabajo de Amelia es un tanto individual. Es muy buena enseñando, sin embargo, cuando ella empieza un trabajo le gusta terminarlo sola, ya que dice que se nota el cambio de mano a la hora de tejer. Cuando ha tenido entregas grandes ha tenido la ayuda de una colega, pero al parecer prefiere trabajar sola.

Amelia no está cerrada a un solo método de trabajo, sino que está abierta a conocer y a trabajar de manera diferente. Así como está dispuesta a compartir sus conocimientos y técnicas de trabajo.

El problema más fuerte que podemos percibir de Amelia son los altos costos en sus productos. Es necesario sacar costeo de sus piezas, ya que a consecuencia de los mismos sus clientes son pocos.

Por parte de la Fundación se detectó que en el pueblo de Tequila hay muchas señoras que saben bordar, lo cual podría convertirse en un futuro en una oportunidad de ingreso más organizado para ellas, para lo cual se decidió organizar un primer encuentro de bordadoras, que se llevó a cabo el 8 de octubre en las instalaciones de la Fundación José Cuervo. Nuestra



expectativa fue rebasada en cuanto a la cantidad de bordadoras que asistieron, llegaron cerca de 25 señoras, además con muchas piezas bordadas por ellas, la mayoría con muy buena calidad.

El evento sirvió para darnos cuenta de la cantidad de las señoras interesadas en bordar y en sus habilidades, lo cual podría abrir la posibilidad de un curso de bordado por parte de Amelia para refinar las técnicas de las mismas señoras.

Hasta el momento parece que las bordadoras no han estado organizadas entre ellas de manera más formal, algunas se conocen y de repente se juntan para bordar, pero sin formar una colectividad. La mayoría de las señoras son de más de 55 años, dos jóvenes que las acompañaban dijeron que no les interesa bordar y que no tienen habilidad para esto.

Amelia fue invitada como maestra en los encuentros de bordadoras, el cual consiste en hacer reuniones con varias bordadoras y darles a conocer nuevos diseños de bordados, los cuales estarán relacionados con la identidad de la región de Tequila. Por el momento todas han dado a conocer que sí saben tejer, sin embargo hay algunas que deben pulir su técnica, y es ahí donde entra la labor de Amelia.

#### **4.2.3 Diagnóstico técnico – ambiental**

Amelia tiene un gran muestrario de bordados realizados en el taller que tomó por parte de la Fundación, ella no recuerda bien cuánto tiempo tardó realizando cada bordado, porque era poco a poco y durante un tiempo definido. La realidad es que para poder vender alguno de sus bordados era necesario empezar por tomar el tiempo y ver cuánto tardaba al realizar cada uno, ya que todos eran muy diferentes.

Pudimos percatarnos de que los bordados eran muy saturados, tenían bordado en las orillas y aparte todo el centro con 3 o 4 objetos del bordado repetidos. Por lo cual las piezas no son nada baratas, y agregando que el bordado era sobre lino y después es almidonado y planchado para su venta.

En cuanto al área de trabajo, ella pasa el día en casa de su mamá porque la cuida, entonces ahí es donde podría bordar mientras cuida a su mamá, mas no cuenta con un área adecuada para tener un taller.



La idea es que se inicie un grupo de bordadoras que esté generando productos para poder venderlos en algún momento. La Fundación va empezar por analizar el proyecto dentro de la misma, para poder observar y ver qué impacto generan este grupo de señoras bordadoras.

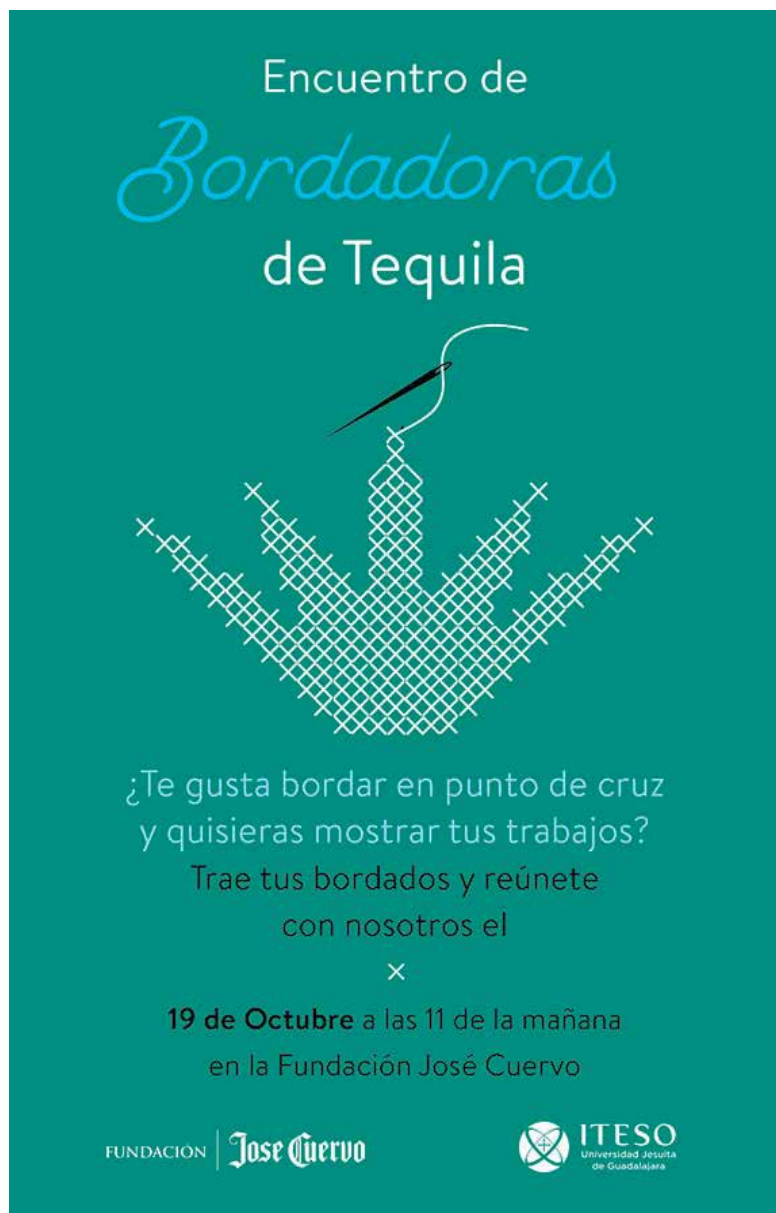
#### 4.2.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

La problemática principal con Amelia es el costeo en sus piezas. Ella las vende muy caras, es por esto que no tiene tantos clientes. No mide bien sus tiempos haciendo bordados, es por esto que es de suma importancia que se le midan los tiempos en cada bordado de nuevo para poder hacerle un buen costeo de cada una de sus piezas. Además le hace falta tener un catálogo portátil, ya que ella solo cuenta con las piezas originales, las cuales utiliza

para enseñarle al cliente su trabajo. De esta manera será más fácil para el cliente identificar los diseños y el material en que lo quiere solicitar.

Por la parte del grupo de bordadoras, el mayor problema es que hay que intentar cambiarles el chip de que sus bordados deben tener relación con elementos propios de Tequila, y no tanto con cosas que ven bellas en las revistas que compran. Así como que experimenten con su imaginación los nuevos diseños que les demos, pero que tampoco se salgan del cuadro (por ejemplo darle un cambio drástico a los colores designados en los diseños). También es importante darles a conocer las diferentes aplicaciones que pueden tener los bordados, y no solo que se hacen servilletas e individuales, sino que pueden hacer bolsas, fundas para almohadas, mandiles, etc.)





Cartel de invitación para el Encuentro de Bordadoras de Tequila

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

Nuestro trabajo con Amelia y las bordadoras es sacar nuevos diseños de bordados inspirados en la diversidad de flora y fauna de Tequila, además de ayudarle con el costeo de sus piezas y sacar nuevos productos con sus bordados.

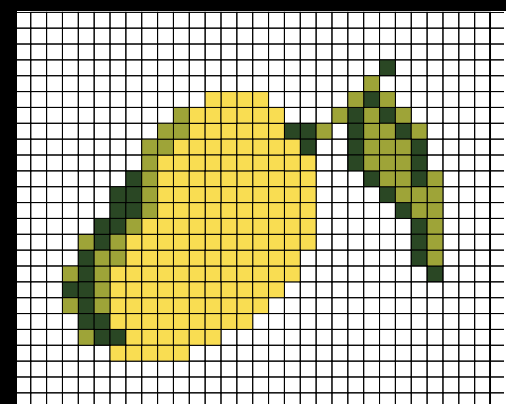
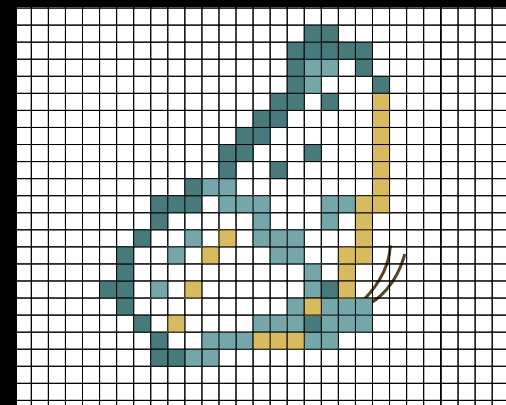
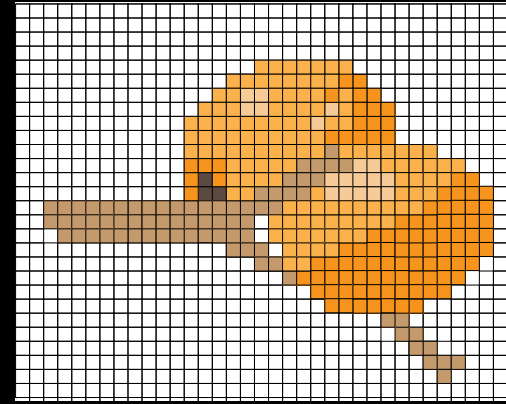
Se organizó en conjunto con la Fundación José Cuervo el primer encuentro de bordadoras para poder conocer las bordadoras de Tequila, saber de sus habilidades y técnicas y sus intereses en trabajar en grupo.

#### 4.2.6 Metodologías utilizadas.

- Propiciamos un encuentro para bordadoras en Tequila para darnos cuenta sobre la cantidad de mujeres que bordan y que están interesadas en experimentar nuevas metodologías.

Generamos nuevas propuestas de elementos para bordar:

- Selección de diseños de bordados que reflejan elementos de identidad de la región de Tequila.
- Se elaboraron procesos de síntesis a base de fotografías que se tomaron en nuestras visitas a la barranca, de la flora y fauna que abunda en esta región.
- A base de las síntesis se graficaron los elementos para poder ser bordados a través de la técnica de punto de cruz.
- Se pudo hacer un primer diagnóstico sobre las habilidades de las 25 bordadoras que participaron en el primer encuentro de bordadoras en la Fundación.
- Se mostraron sus habilidades en un primer paso a través de sus muestras expuestas y a través del primer ejercicio que se llevó a cabo con ellas.
- Primeras propuestas de productos en los cuales pueden aplicar los bordados para eficientar tiempos y costos.
- Se informa a las bordadoras sobre el objetivo del encuentro y que tenemos la intención de ofrecerles un espacio en el futuro para compartir técnicas y metodologías para desarrollar nuevos elementos por bordar que tengan que ver con la identidad de Tequila.



#### 4.2.7 Cronograma o plan de trabajo.

- Organización del encuentro de bordadoras de Tequila
- Análisis sobre los diseños que han tejido
- Análisis sobre los productos que venden
- Experimentación con la materia prima
- Desarrollo de muestras de diferentes productos con bordados
- Propuestas de terminados
- Elegir los productos
- Determinar tiempos y precios por producto
- Organizar un programa de bordado y definir quién bordará qué cosas

#### 4.2.8 Proceso de construcción conjunta.

El encuentro de las bordadoras sirvió para conocer a las mujeres bordadoras de Tequila, la respuesta a nuestra convocatoria rebasó nuestras expectativas, asistieron más de 30 mujeres y trajeron unos bordados maravillosos, lo cual mostró la calidad de su oficio. Primero se dialogó con ellas conociendo sus técnicas, sus historias y sus modos de trabajar y de vender sus productos.

Se les presentó la serie de análisis y síntesis que llevamos sobre frutos y plantas de la barranca, convertidos en un esquema para punto de cruz (pág.59).

Se llevaron imágenes de propuestas de productos con bordados para que las señoras pudieran elegir qué producto hacer y bordar alguno de los diseños posteriormente de la flora y fauna de la región de Tequila. Les agradó mucho el ejercicio y cada una bordó los elementos y agregó elementos personales como cenefas o bordes que combinan con los elementos; de esta manera se apropiaron del proceso y pusieron de su parte. Finalmente se concluyó el proceso de trabajo con ellos en el que aplicaron sus bordados a algunos objetos como portabotellas, mandil, cojines y fundas de almohadas para tener una primera aproximación hacia lo que pudieran ser productos para una venta turística.

Se les invitó al evento gastronómico que va a haber en la segunda semana de diciembre en el centro de Tequila para que puedan vender sus productos y ver si son aceptados por parte de los turistas.







#### **4.2.9 Impactos generados**

Todavía es difícil hablar de impactos generados, ya que apenas conocimos a las bordadoras. Lo que se podría decir es que se logró un primer diagnóstico sobre las bordadoras que participaron en el encuentro. Vimos mucha capacidad en cuanto a saberes técnicos, trabajos muy bien realizados y personas con mucha creatividad. Estamos en espera de que a principios del siguiente semestre se vuelvan a juntar para saber a quiénes les interesa seguir colaborando y construyendo.

#### **4.2.10 Visión del proyecto hacia el futuro y recomendaciones**

Todavía se tiene que ver con las bordadoras si están interesadas en que va a haber un proyecto conjunto, esto se verá el siguiente semestre. Recomendamos que va a ser muy importante que ellas decidan hacia dónde quieren caminar para que realmente sean ellas las que empiecen a tejer un tejido social entre ellas.



### **4.3 Dn. Ismael y el trabajo con la pomada de agave**

#### **4.3.1 Historia y antecedentes**

Con más de 40 años de experiencia en los campos agaveros como jimador, la persona que le enseñó este gusto fue su abuelo ya que acostumbraba mucho frecuentar a él y a sus amigos. Ahora que ya es padre de familia quiere dejarles una mejor vida a sus hijos y procura que tengan la mejor de las educaciones para que sobresalgan.

Dn. Ismael es un ícono del pueblo de Tequila, los años de experiencia y las relaciones lo han llevado a ser uno de los jimadores más reconocidos del pueblo.

Preocupado por el bienestar de las personas y por transmitir algo de sus tradiciones quiso compartir el secreto de una pomada con propiedades curativas para el cuerpo resequead, alteraciones en la piel, dolores musculares y agotamiento. Esta pomada se ha ido pasando de generacion en generacion y forma parte del estilo de vida de los jimadores. Originalmente los jimadores la portaban en cuernos de ganado, pero debido a la poca practicidad y mayor higiene se pensó en transportarla en envases de plástico.

#### **4.3.2 Diagnóstico social –organizacional**

El trabajo de Don Ismael va con todas las intenciones de aportar beneficios de Tequila a través de las propiedades del agave y de otras floras silvestres que se dan en el pueblo. Se dice así porque el cree que la gente del pueblo y los mismos turistas pueden aliviarse de ciertos malestares de manera homeopática. Pues el bálsamo que realiza Ismael es un conjunto naturista, que más que buscar el beneficio lucrativo de Ismael, es aportar a la salud.

El ungüento es apoyado por su familia que lo ayuda a comercializarlo mientras él trabaja en el campo y en muy pocas veces por compañeros que le ayudan a recolectar las hierbas que son ingredientes de la pomada.



#### 4.3.3 Diagnóstico técnico – ambiental

Ismael requiere de un espacio de trabajo muy reducido, en el cual no se presenta ningún problema con el espacio, él sólo necesita de un quemador de estufa, un balde, y una pileta con agua para enfriar el sistema.

Al evaluar el funcionamiento del proceso de manufactura de su pomada, nos percatamos de que en cuestión de tiempos, existen muchos problemas, sobre todo en el enfriado de la mezcla que realiza.

El enfriado de la mezcla es fundamental para poder envasar en los recipientes, ya que si se pasa de tiempo la pomada puede fraguar en la cubeta y sería imposible.

#### 4.3.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

La problemática principal con Ismael es que como muchos de los artesanos no tiene estandarizado su proceso de fabricación así como no tiene una identidad su producto. También encontramos que la competencia ante las grandes empresas transnacionales provoca que los productos elaborados artesanalmente no se les dé el valor adecuado y malbaratan sus productos.

El proceso de producción de la pomada no está estructurado, las herramientas que se utilizan no son específicas para lo que se desea, ocasionando aumentar el tiempo de espera del producto terminado y variando las porciones de cada pomada.

A pesar de no tener las herramientas necesarias para la óptima realización de la pomada los ingredientes generan gran aceptación ante los clientes ya que cuenta con muchos beneficios cutáneos. Es el único Jimador que comparte esta receta que durante décadas ha sido parte de la forma de vida de las familias de Jimadores. Una vez estandarizado el producto y adquirido una identidad, tiene grandes oportunidades y futuro comercial, ya que a Ismael se le permite vender su producto en los campos agaveros durante un recorrido que hacen los turistas en José Cuervo y la mayoría de los que conocen el producto gustan de él. Al conocer el producto y usarlo en varias ocasiones se dan cuenta de que funciona y buscan más.





Mezcla de los ingredientes básicos:  
Vaselina y grasa animal



Se añade el jugo de las pencas del agave y  
hierbas del campo agavero



Se añaden varias hierbas de campo



Se cuele la mezcla por un paño de tela



Proceso de envasado



Hoy en día las personas están volviendo a los remedios naturales en donde no tenga que ver tantos químicos que a la larga terminan dañando más.

	20 - 30	30 - 50	50 - 70	
edad de encuestados		9	2	4
	fuerte	normal	poco percibido	
respuesta a aroma envase 1 (agua de rosas concentrado)		8	6	0
respuesta a aroma envase 2 (esencia agave)		0	15	0
respuesta a aroma envase 3 (esencia de rosas reducido)		6	8	1
aroma preferido	1. crema con esencia de rosas	2. crema con esencia de agave	3. Crema con muy poca esencia de rosas	
	0	10	5	
recomendaciones de aromas	naranja	Lavanda	Manzanillo	
		3		
precio	promedio de precio			
	\$	73.00		

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

El trabajo que realizamos con Ismael se enfocó en darle una identidad a su producto ya que su producto no lo tenía; aunque es una pomada con grandes beneficios a los posibles clientes les daba desconfianza. Se creó el nombre de la marca, el logotipo, la etiqueta y los colores. También se reguló la cantidad de aroma que debe llevar la fórmula y el tipo de envase con el objetivo de que visualmente diera una mejor imagen.

#### 4.3.6 Metodologías utilizadas para la producción del bálsamo del agave con propiedades curativas.

- Procesos de producción adecuado para el balsamo.
- Utilización de herramientas adecuadas para los procesos de producción con los ingredientes al momento de cocción y enfriamiento.
- Estandarización de ingredientes



Tema que se abordó en este semestre con Ismael :

- Mejoramiento en procesos y en productos

\*Esta gráfica es un síntesis que se construyó a base de la información obtenida en los análisis realizados.

- Desarrollo de métodos de identidad.
- Aplicación de elementos de la cultura sobre el agave y de la naturaleza regional.
- Realización de una encuesta sobre la percepción del aroma de la crema del jimador (pag. 68).

#### 4.3.7 Cronograma o plan de trabajo.

- Análisis sobre los procesos de elaboración de la pomada
- Experimentación con la cantidad de aroma en el producto.
- Desarrollo de un nuevo aroma (agave)
- Propuesta de tipos de envases.
- Propuestas de logo y nombre de marca.
- Propuesta de etiqueta.
- Propuesta de lugares para comercializar el producto.

#### 4.3.8 Proceso de construcción conjunta.

Ismael nos platicó emocionado sus raíces, su cultura, su forma de vida y cómo lo que sabe es transmitido de generación en generación dentro de su familia. Siendo una tradición se convirtió en su trabajo. Mientras más nos compartió sus experiencias más nos fuimos involucrando en sus productos, compartimos ideas y conocimientos, formas de trabajo, para así desarrollar un conjunto de mejoras en todo lo que involucra el bálsamo.

El proceso de producción llevado a cabo en los campos agaveros de Tequila, confirmó que Ismael lleva de manera natural una relación apasionada con su entorno, la cual le ayudará en un futuro poder plasmar esta riqueza de vegetación y propiedades curativas en sus productos.

Se trabajó con Ismael en la estandarización de procesos de producción y en la identidad de sus productos, generando nuevos aromas, porcentaje específico de ingredientes, logotipo, etiqueta y envase, obteniendo un producto que luzca confiable y atractivo visualmente.





Cont. 120 gr.  
HECHO en MÉXICO  
Tequila



POMADA DE  
**MAYLO**

**INGREDIENTES:** vaselina, grasa, penca de agave, diversas hierbas, esencia de rosa.  
**BENEFICIOS:** Ayuda y previene en alteraciones leves de la piel, golpes, hidrata la piel, cicatriza, mejora malestares en las articulaciones y músculos.  
**PRECAUCIONES:** Personas alérgicas a algunas de las sustancias, abstenerse de su utilización. Manténgase fuera del alcance de niños.  
**RECOMENDACIONES:** Guárdese en un lugar fresco y seco.  
**MODO DE EMPLEO:** Vía de administración cutánea. Aplique directamente en el área de tratar.

#### **4.3.9 Desarrollo de productos, resultados alcanzados.**

Se desarrolló en conjunto con Ismael un nuevo aroma de agave para la pomada, experimentando así como la cantidad de esencia en cada producción. El resultado fue positivo, ya no era tan penetrante la esencia, “ya no parecía perfume de viejito” (comentarios de entrevistados, vea encuesta pág. 68).

Con el tema de la identidad de la pomada se investigó la cultura, los ingredientes naturales del campo agavero, el nombre que Ismael quería para su producto y que se requiere en una etiqueta para poder comercializarse. Seguido a esto se crearon varias propuestas para que Ismael eligiera la que más le convenciera. Como resultado obtuvimos una pomada que transmite seguridad al momento de la compra y uso dejando a Ismael y al cliente satisfechos con su compra para que después empiece una etapa de posicionamiento a través de recomendaciones y la comercialización más estructurada.

#### **4.3.10 Impactos generados**

El comprender a la persona que en este caso es Ismael, su modo de vida, costumbres, conocimientos, técnicas y los objetivos que desea, para así lograr tener una comunicación eficaz y óptima la cual nos ayuda a llegar a concretar ideas, mejorando su producto y nuestra forma de realizar proyectos sociales, el entender las necesidades del cliente para así mejorar el producto para que haya una mayor rentabilidad.

El ir registrando los avances del proyecto, las ventajas y desventajas que se encuentran que nos ayudaron a llegar a los objetivos planteados al principio y junto con el artesano llegar a la meta deseada.

Conocer un modo de vida tradicional, aprender de sus costumbres y conocimientos, nos ayudan a incorporar todo esto que los artesanos han hecho de generación en generación al mundo actual, sin que pierda ese valor contra los productos modernos.

#### **4.3.11 Visión del proyecto hacia el futuro.**

- Estandarizar el proceso de producción y comercialización, utilizando las herramientas adecuadas para la elaboración del producto.
- Establecer una ruta de comercialización de la pomada.
- Aumentar la línea de productos.



#### **4.4 Repostería Creativa - Elizabeth**

##### **4.4.1 Historia y antecedentes**

Elizabeth es una repostera originaria de Guadalajara. Estudió negocios en la U de G donde conoció a su actual esposo, fue por el negocio de los suegros junto con el esposo que Elizabeth se muda a Tequila donde empieza una familia y su propio negocio de repostería.

La receta de las primeras galletas es de su suegra, estas galletas tienen jugo y miel de agave lo que las hace un producto regional y que se ha pasado de generación en generación. Después de hacer las galletas de su suegra, ella empieza a crear sus propias recetas, como tartinas, empanaditas e incluso flan hecho con miel de agave junto con otros productos como la mermelada.

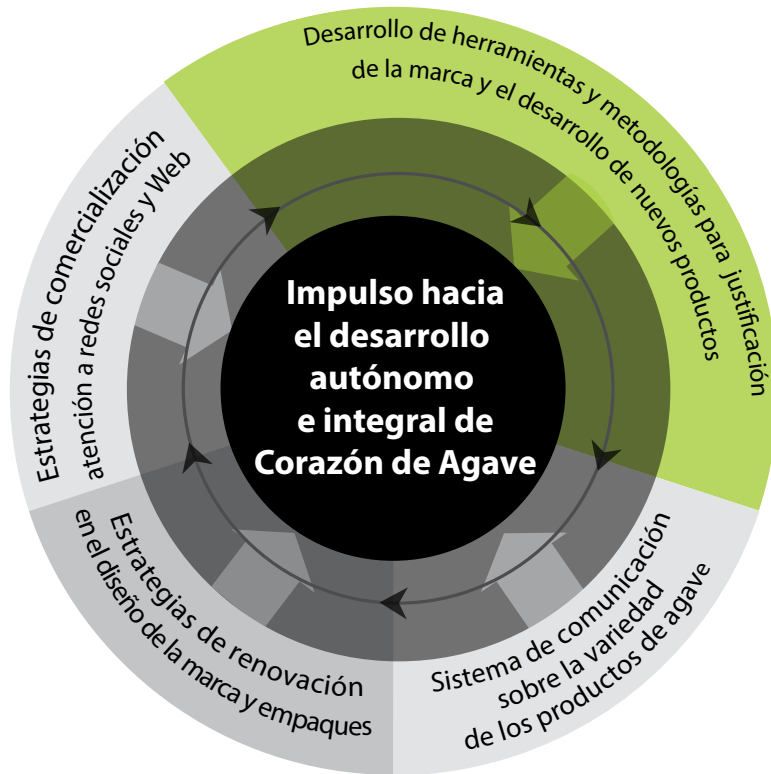
Actualmente ya tiene 8 años haciendo galletas y productos con jugo y miel de agave, lo que lo hace un producto típico con un valor agregado muy tradicional.

##### **4.4.2 Diagnóstico social –organizacional**

Dentro del trabajo con Elizabeth descubrimos que aunque ella hace todo, desde la compra de insumos (incluso si es en Guadalajara) hasta promover las galletas, necesita la aprobación de su familia para hacer cualquier modificación o cambio que sea con respecto a su repostería, no sólo de las galletas con las que empezó, que originariamente son las que la suegra le enseñó a hacer y con las que inició el negocio de repostería, sino también de toda la identidad gráfica de su producto, lo que dificulta ayudarla pues se debe de pasar por varios filtros de aprobación, ya que si algo no le gustó al esposo o a la suegra se debe empezar casi de cero, esto dificulta la comunicación entre lo que de verdad quiere Elizabeth y lo que quiere la familia.

Elizabeth hornea sus galletas casi diario y sólo tiene el apoyo de dos muchachas que manda el esposo para que le ayuden un par de horas a la semana, el único horario con el que Elizabeth cuenta





**Temas en los cuales se apoyó a Elizabeth para su desarrollo autónomo:**

- Desarrollo de herramientas y metodologías para la justificación de la marca y el desarrollo de nuevos productos

\*Esta gráfica es un síntesis que se construyó a base de la información obtenida en los análisis realizados.



para trabajar es cuando sus dos hijos están en la escuela. Hace toda su repostería con mucho amor para las personas que van a la tienda José Cuervo y se llevan sus galletas como un producto originario de Tequila hecho por artesanos; todo esto no sólo con la finalidad de llevar un poco más de ayuda económica a su casa, sino porque le gusta y le apasiona hacerlo. El problema es que por los mismos filtros que se deben de pasar el proceso se hace muy lento y difícil.

#### **4.4.3 Diagnóstico técnico – ambiental**

Se ha sugerido que varios insumos se adquieran en Guadalajara, ya que son más baratos y con más variedad que en el pueblo de Tequila, puesto que Elizabeth viaja a Guadalajara por lo menos 1 o 2 veces por semana para asuntos personales.

Un aspecto afortunado del negocio es que los productos que lleguen a la fecha de expiración se utilizan en la granja de los suegros como alimento para el ganado y a cambio recibe insumos como huevo y leche, por lo tanto no existen desperdicios en cuanto a productos caducados.

Todos los productos son auditados por el gobierno para certificar que las galletas sean elaboradas artesanalmente, hasta el momento si se cuenta con la certificación y aprobación requeridas para clasificar a las galletas como producto artesanal.

Tiene muy buena organización de los insumos, ingredientes y productos ya que todo está separado por cajas y etiquetado propiamente, cada cosa tiene su lugar y eso acorta el tiempo de producción. Los espacios se mantienen muy limpios, lo que también ayuda a la calidad higiénica de los productos.

La repostería se ve que está organizada como un negocio y no como una empresa de cochera, esto significa que si dedica tiempo y recursos para el negocio.

#### **4.4.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades**

Como se ha mencionado anteriormente, existen varios filtros en la toma de decisiones de la repostería, esto es, si se diseña un logotipo que agrada a Elizabeth, el mismo diseño debe ser aprobado por el esposo y la suegra en mayor medida y en menor medida

por otras personas. Esto ocasiona que los procesos sean exhaustivamente lentos y en extremos se tenga que iniciar desde cero con trabajo elaborado.

La marca que se usa actualmente es “Agave Azul”, una marca que es propiedad del esposo. Esta marca está registrada para un giro diferente al de la repostería, lo que puede representar algunos problemas de regulación. Actualmente se está desarrollando otra marca llamada “Corazón Agave” la cual va a ayudar con esos problemas de regulación y giros de negocio, así como darle una identidad propia a las galletas.

La mayor parte del tiempo Elizabeth está sola preparando las galletas, adquiriendo insumos y promoviendo la marca, esto tiene por consecuencia que su volumen de producción sea bajo y el proceso en general sea muy lento; existen un par de personas que le ayudan con la preparación de las galletas pero solamente un par de horas a la semana.

El armado del empaque para las galletas le consume mucho tiempo a Elizabeth, ya que los arma manualmente; este es un proceso de producción que debe mejorar para también mejorar los tiempos y procesos de las galletas.

#### **4.4.5 Objetivos específicos y planes de acción (propuestas de mejora)**

El trabajo con Elizabeth ha sido en mayor parte el desarrollo de la identidad gráfica de su negocio, ya que como hemos mencionado anteriormente, es necesario el cambio de la marca de la del esposo a una propia donde ella pueda trabajar libremente sobre los colores y empaque de sus productos como ella lo desea, todo esto para brindarle mayor presentación y fuerza a su producto que a su vez le podría llegar a dar mayores oportunidades de ventas dentro y fuera del pueblo de Tequila.

También se ha trabajado con el empaque de las galletas para que tengan mejor presentación dentro de la tienda de José Cuervo para su mejor venta y también para mejorar los procesos de pro-

Proceso de desarrollo de marca



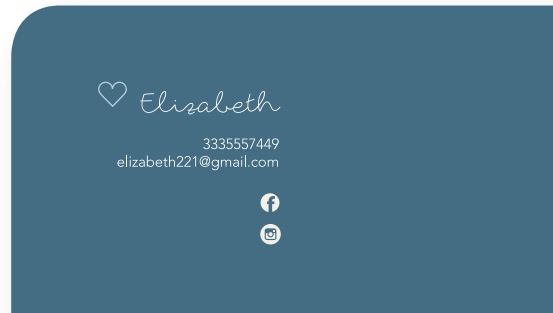
Propuesta final de logotipo



Etiquetas



Aplicaciones a tarjetas de presentación



Aplicaciones a tarjetas de presentaciónempaques



ducción, pues aparte de hacer las galletas, Elizabeth arma manualmente cada uno de los empaques, por eso hemos trabajado en 2 propuestas para su venta, tiene empaques que se cierran a base de calor y una vez abiertos puede ser resellable y una caja para la tienda José Cuervo.

#### **4.4.6 Metodologías utilizadas**

- Análisis de problemáticas y oportunidades.
- Desarrollo de estrategias (pag. 139 / anexos)
- Desarrollo de la identidad gráfica, tomando en cuenta las necesidades e ideas de Elizabeth.
- Desarrollo de diferentes opciones tomando en cuenta la influencia por parte de su familia en el proceso.
- Aplicación de elementos de la cultura sobre el agave y de la naturaleza regional.
- Después de las dificultades que se presentaron en cuanto al proceso de selección de logotipo, le ofrecimos propuestas de argumentos de diseño, para facilitarle a Elizabeth la presentación de la opción que más le gustó a ella a su familia, con la opción de que ella podría generar su propia marca independiente.

#### **4.4.7 Cronograma o plan de trabajo.**

- Árbol de problemas
- Moodboard
- Análisis FODA
- Naming
- Investigación etiquetado Norma
- Bocetos logo
- Selección de logo
- Etiquetado de producto
- Empaque 1
- Empaque 2
- Manual de identidad

#### **4.4.8 Proceso de construcción conjunta.**

Elizabeth nos compartió parte de su vida y de su trabajo, es una

persona que tiene mucha fuerza y nobleza al mismo tiempo, porque aunque ella se animó a iniciar este negocio, nunca descuida su familia y siempre los toma en cuenta para sus decisiones pues son la parte más importante de su vida.

Se trabajó con Elizabeth mayormente desarrollo de marca y diseño, pues no tuvimos la oportunidad de observar el proceso de la producción de las galletas, en busca de una mejora de procesos y trabajo óptimo para una mayor producción. Se consideró lo más importante en este semestre resolver el desarrollo de la marca como punto inicial de desarrollo.

Al ver todos los procesos que se llevaron a cabo con Elizabeth, nos pudimos dar cuenta de que fueron muy lentos por la influencia de muchos actores que quisieron opinar sobre el camino, sin embargo finalmente se logró que ella estuviera segura de la elección final del logotipo.

#### **4.4.9 Desarrollo de productos, resultados alcanzados.**

Los resultados de todo el proceso llevado a cabo con Elizabeth fueron la realización e integración de un logotipo que demuestra la pasión de Elizabeth, el cariño que le tiene a su familia y la tradición del pueblo de Tequila. Con esto se pudo desarrollar la identidad gráfica de su negocio, dándole a ella un manual de identidad y la oportunidad de tener su propia marca. También se desarrollaron empaques, tanto para su venta individual como para la venta dentro de la Tienda José Cuervo.

#### **4.4.10 Impactos generados**

Entender las necesidades del cliente, en este caso fue trabajar con las necesidades de Elizabeth, para poder lograr una buena comunicación en cuanto a lo que quiere lograr y representar con su producto, así como la generación de propuestas metodológicas para armar argumentos para seleccionar la mejor opción de marca. También en elaborar propuestas donde Elizabeth pueda trabajar de una forma más libre con lo que ella quiere para su producto y así cumplir sus metas en ser una buena y reconocida

repostera utilizando productos de agave que le dan el valor agregado a sus productos.

#### **4.4.11 Visión del proyecto hacia el futuro.**

Una mayor producción y distribución de sus galletas para una mayor venta, también se busca un mayor reconocimiento por ser la única persona que hace galletas artesanalmente con miel y jugo de agave. Todo esto se puede lograr buscando tiendas orgánicas donde Elizabeth pueda vender su producto en Guadalajara así como promocionándolo en redes sociales como Facebook e Instagram. Finalmente, lograr un mayor posicionamiento en los nichos de mercado para sus productos, a través de su nuevo diseño de marca.



## **4.5 La fábrica de papel de agave FIBRAZ**

### **4.5.1 Historia y antecedentes**

FIBRAZ surge en 1999 por el aumento de la producción tequilera y los residuos brosos de la industria. El proyecto nace a partir de una serie de talleres promovidos por la Fundación José Cuervo 19 años atrás, los cuales tuvieron como objetivo mostrar posibles maneras de reutilizar el desperdicio del agave en forma de materia prima. Gracias a esto, Norma Macías y su esposo Jorge Eguiarte aprenden algunos procesos y técnicas para la transformación del bagazo del 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 Ingeniero Jorge Fuentes, lograron diseñar su propia maquinaria.

Norma con una licenciatura en comercio y Jorge ejerciendo como ingeniero industrial se vieron cautivados por las posibilidades del trabajo artesanal y decidieron emprender un modelo de negocio aprovechando los residuos que genera el proceso de la producción del tequila, elaborando papel con fibra de agave.

Actualmente la fábrica cuenta con dos empleadas de tiempo fijo y dos de tiempo variable, quienes después de una capacitación en la elaboración artesanal de los productos son quienes se encargan de crearlos.

### **4.5.2 Diagnóstico social y organizacional**

La empresaria encargada de la fábrica es Norma Macías. Actualmente la empresa cuenta con dos empleadas de tiempo completo y dos de tiempo variable quienes perciben honorarios por el concepto de destajo.





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. Como ya se mencionó el sector artesanal tiene muchos obstáculos para poder competir en el mercado, el producto de muchos artesanos es menospreciado por los compradores, regatean los precios del producto sin considerar todo el trabajo y tiempo de por medio. También hay casos en que los mismos artesanos lo malbaratan por tratar de competir con el mercado. Además de que no reciben el apoyo suficiente para comercializar sus productos fuera de su comunidad de origen (Viñas, 2016). En esta empresa el producto pasa por lo mismo por tratar de competir con el “papel blanco”, el precio de éste no representa el esfuerzo y tiempo invertido para su fabricación.

En la empresa de FIBRAZ no existen formatos de contratación, no hay nada que defina los sueldos, los seguros, las responsabilidades, etc. Esto es algo muy común en México, la contratación informal es lo más “normal” que hay, el 60% de la población económicamente activa en México labora en el sector informal de la economía (Federal, 2013). Esto trae varias consecuencias como, por ejemplo:

- Los jóvenes son quienes más se adhieren al sistema de empleo informal, ya que 6 de 10 sólo consiguen empleo en ese rubro (Federal, 2013).
- Una empresa informal tiene 50% menos capacidad de producción que una empresa formal (Federal, 2013).
- Una consecuencia de que no haya un sistema público de prestaciones es la ocupación informal, ya que al perder su empleo, muchas personas optan por la primera oportunidad que se les presente y en muchas ocasiones es la informalidad (Federal, 2013).

El uso de un contrato para la contratación formal de un empleado es esencial para el trabajador y para el dueño, al estar trabajando sin contrato, no se va a poder contar con la nómina, no se pagarán los impuestos, ni habrá retención alguna de impuestos. Todo ello causa graves perjuicios para el trabajador, entre ellos:

- No tiene derecho a las prestaciones de la Seguridad Social.
- No tiene derecho a cobrar subsidio por desempleo.
- No cotizará para la pensión de jubilación y otras prestaciones.
- Hay posibilidad que desde Hacienda le exijan responsabilidades, por haber consentido trabajar sin contrato y cobrar el sueldo en negro.

Trabajar sin contrato presenta toda una serie de riesgos para el empleado, como por ejemplo éste no genera derecho a prestación por desempleo y no estará contando para una futura pensión. Si se tiene dificultades al reclamar el salario ¿cómo demostrar los ingresos establecidos? Si se produce un accidente laboral, el trabajador no tendrá derecho a percibir una indemnización. Fraude a la Seguridad Social. Podría considerarse un fraude laboral el estar cobrando en negro sin declarar ni cotizar nada al Estado (Emprendepyme, 2013).

La rotación de personal es una situación que se presenta muy constantemente en esta empresa, esto no trae ninguna consecuencia buena, el estar cambiando de empleados afecta a 4 áreas, a la productividad, servicio al cliente, costos de rotación y a las utilidades.

Productividad

El constante cambio de personal puede generar una reducción en la productividad laboral. El tiempo invertido en capacitar a los nuevos empleados para aprender a cumplir sus funciones adecuadamente suele ser muy largo. Las empresas con alta rotación de personal tienden a tener más empleados sin experiencia, pueden llegar a sufrir de una baja productividad por parte de los trabajadores (La Voz de Houston, 2017).

Las compañías pequeñas, que este es el caso, con pocos empleados en total pueden tener dificultades especiales para reemplazar trabajadores, ya que éstos cumplen diferentes funciones dentro del proceso productivo.

#### Servicio al cliente

Una alta rotación de personal puede perjudicar la capacidad que tiene la compañía de mantener clientes y ofrecer un servicio al cliente de alta calidad, al verse la productividad afectada, el servicio al cliente también ya sea al no tener los pedidos a tiempo o que el producto no cuente con la calidad solicitada (La Voz de Houston, 2017).

#### Costos de rotación

Aumento de los costos relacionados con la contratación y entrenamiento de nuevos empleados. En este caso, han tenido suerte de tener a empleados que capacitan a los nuevos, son muy pocos y puede llegar a pasar que se salgan al mismo tiempo, ahí sería un problema ya que tal vez el mismo propietario tendría que capacitar a los nuevos empleados (La Voz de Houston, 2017).

#### Utilidades

El efecto combinado de las desventajas generadas por una alta rotación puede causar que una compañía genere menores utilidades. Cualquier cosa que tienda a aumentar los costos o reducir la productividad o ingresos, tenderá a reducir las utilidades (La Voz de Houston, 2017).

### 4.5.3 Diagnóstico técnico y 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



#### Temas en los que se trabajó para el desarrollo integral de FIBRAZ:

- Desarrollo organizacional, logística de espacios y la eficiencia de los procesos de producción

\*Esta gráfica es una síntesis que se construyó a base de la información obtenida en los análisis generados durante los semestres pasados y el presente.

fabricación de papel, el cual reduce el impacto generado al medio ambiente.

La sosa cáustica es un elemento esencial para la elaboración de este producto, elemento que después de haberse usado se tira a las coladeras. El producto final no se puede considerar 100% sustentable si en algún punto de su elaboración se contamina. Así como otros productos químicos, nunca debe desecharse la sosa cáustica directamente en el medio ambiente sin ser tratada. En contacto con corrientes de los ríos, alcantarillas, etc. puede afectar a personas y animales y llegar a lugares lejanos (el horticultor, 2017).

Desde que se empezó a trabajar con este proyecto nunca se analizó el proceso de fabricación detalladamente. Una vez que se identificó que la sosa era un problema para el medio ambiente se empezó a investigar en diferentes soluciones, pero muchas de ellas eran muy costosas, como el uso de bioreactores y bacterias. Entonces se realizó una visita al Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Universidad de Guadalajara, CUC-BA, donde se discutió el problema con el Ingeniero Jorge Fuentes para saber si había soluciones más accesibles.

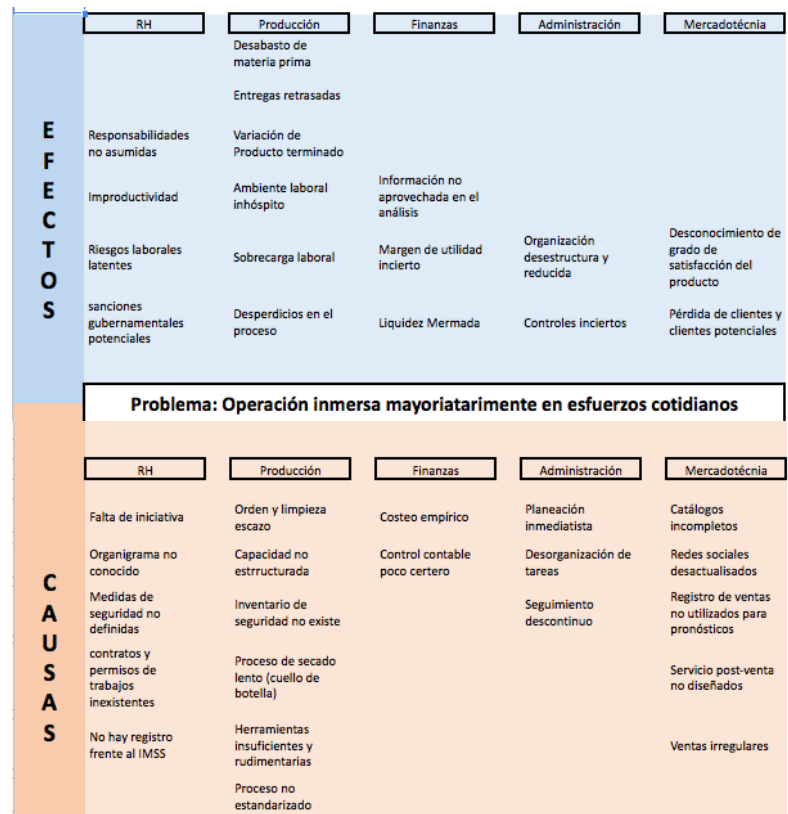
Alcohol en lugar de sosa cáustica fue una de las que él sugirió, el proceso no se vería afectado si hay una sustitución de la sosa por este elemento. El alcohol se evapora en el proceso y después de este. La otra opción que se planteó fue seguir usando la sosa pero antes de tirarla a las alcantarillas es bajarle el PH hasta 7, se logra añadiendo Ácido Acético, cuando el PH baje hasta este nivel ya es posible tirarla o usarla como abono. La sosa se deja evaporar hasta que no quede nada más que materia sólida, una vez así ya se puede usar como abono en el campo, jardín etc.

#### 4.5.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

Al inicio de semestre se dedicaron cuatro sesiones a realizar un diagnóstico integral de la empresa en donde se evaluó el estado inicial de las cinco áreas funcionales de la misma: recursos humanos, producción, finanzas, administración y mercadotecnia. Con base en este análisis se realizó un árbol de problemas en donde se plantearon las causas y los efectos de cada una de las

problemáticas detectadas, al igual que el problema raíz, mismo que gira en torno a la operación inmersa mayoritariamente en esfuerzos cotidianos.

A continuación se presenta el árbol de problemas realizado.



#### 4.5.5 Objetivos específicos y planes de acción

Origen y aplicación de las 5 S

El método de las 5 S consiste en una técnica de gestión japonesa que cuenta con 5 principios simples designando a cada una de sus 5 etapas. Es un método que requiere el compromiso personal

y duradero en temas como la limpieza, la organización, la seguridad y la higiene (Soto, 2014).

Las 5S vienen referidas al mantenimiento integral de la empresa en todos los aspectos y no sólo las herramientas de trabajo, lo que en inglés es housekeeping. Las 5 S son:

- **Seiri** (clasificación). Separar elementos innecesarios, eliminar lo que no es útil
- **Seiton** (orden). Situar elementos necesarios, organizar el espacio de trabajo eficazmente
- **Seiso** (limpieza). Eliminar la suciedad, mejorando la limpieza
- **Seiketsu** (normalización). Señalizar anomalías, prevenir que aparezca desorden y suciedad
- **Shitsuke** (mantener la disciplina). Mejorar, fomentar esfuerzos para mejorar

Las ventajas de las 5 S

El método de las 5 S busca la calidad en las empresas, por lo que va a tener muchas ventajas, entre las que destacan (Soto, 2014):

- La reducción de gastos de tiempo
- La reducción de gastos de energía
- La reducción de costos en stocks y material innecesario
- Mayor espacio para el trabajo y la empresa
- La mejora de la seguridad en el trabajo
- Mejora de la eficacia de la empresa
- Mayor productividad
- Mayor calidad
- Eliminación de tiempos muertos

Con base en las necesidades detectadas el equipo PAP realizó las siguientes propuestas de intervención:

Implementación de la metodología 5 S: La presente propuesta busca impactar los hábitos de orden y limpieza que se viven día a día en el taller. Se busca forjar una cultura en la que cada elemento tenga un lugar asignado y estos se respeten en todo momento.

Elaboración de contratos: Hemos identificado que los empleados de la empresa son contratados de forma informal por medio de una conversación verbal en donde se establecen de forma general las condiciones de trabajo. Se busca formalizar la relación



Se fabricó un compactador para mejorar la cargada de la fibra en la digestora.



laboral y generar contratos donde se establezcan las condiciones de trabajo.

Elaboración de un sistema de costeo: Actualmente el costeo realizado por la empresaria consta de un análisis empírico, lo que genera incertidumbre en los resultados. Se propone elaborar un sistema de costeo certero y sencillo de comprender y utilizar con el que la empresaria pueda calcular los costos reales de sus productos considerando todos los gastos.

Creación de un catálogo de productos: Actualmente los clientes no tienen manera de conocer los productos comercializados por la empresa, por lo que las ventas potenciales se reducen en gran medida. Consideramos que al generar un catálogo de productos donde se describan claramente las características de los mismos, las ventas aumentarían al facilitar en gran medida su presentación.

Divulgación de organigrama: Los empleados no conocen claramente sus responsabilidades ni posición dentro de la empresa, que si bien es pequeña, tampoco cuenta con medios mandos claros. Es por esto que se propone exponer de forma clara el organigrama en la empresa.

Planeación a mediano y largo plazo: Actualmente la planeación de la empresa se enfoca en el corto plazo, es por esto que la gestión del riesgo o las metas a futuro se consideran como conceptos lejanos en lugar de herramientas para el mejor funcionamiento. Buscamos generar una planeación a mediano y largo plazo para abrir el panorama al futuro como una oportunidad, en lugar de una tarea sin sentido.

Creación de misión, visión y valores: La falta de planeación genera una falta de visión clara hacia el futuro, por lo cual la misión, visión y valores de la empresa no se ven reflejados en la operación diaria. Se busca definir estos conceptos, exponerlos a los trabajadores y trabajar en conjunto para trasladarlos a la práctica diaria.

#### 4.5.6 Metodologías utilizadas

Se está aplicando la metodología de las 5 S. En el proceso se involucraron tanto a Norma como a sus empleadas, para lograr una mayor asimilación de los procesos y su aplicación futura en la organización diaria de producción.

El primer paso consistió en el análisis y la detección de problemáticas en los procesos de la fábrica. El segundo en una propuesta de mejora en las diferentes áreas para lo cual se presentó una distribución más funcional. El tercer paso consiste en eficientar los espacios, remover objetos y muebles que estorbaban los procesos y dejar limpias las áreas de trabajo. En el cuarto paso se delimitaron los espacios con líneas que delimitan las áreas.

Definir la planeación estratégica fue un trabajo en equipo que involucró la disposición de la empresaria, el diálogo activo y la evaluación de la viabilidad de las metas por medios cuantitativos.

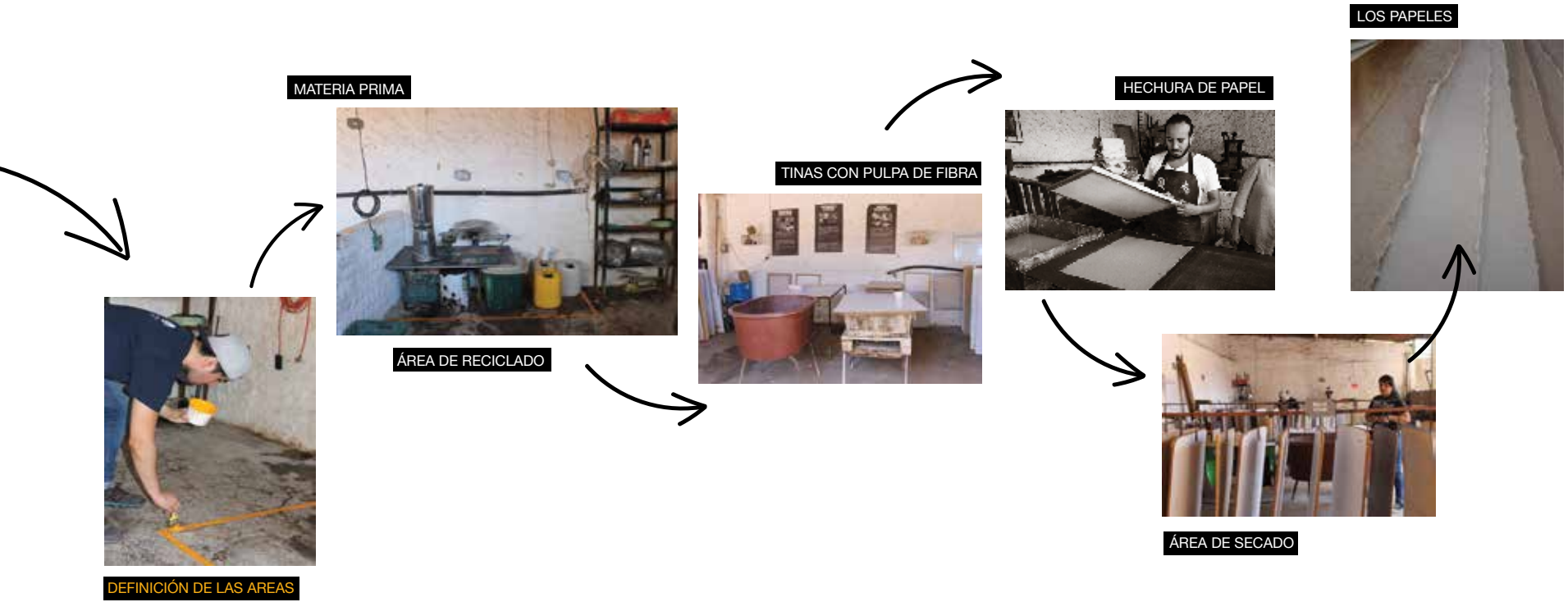
#### 4.5.7 Cronograma o plan de trabajo

Para conseguir los objetivos propuestos se elaboró un plan de trabajo, donde se ordenaron las actividades o tareas a realizar de manera lógica, las fechas en que se realizarán, así como se asignaron los responsables para cada una de las actividades. Por otra parte, este calendario nos permite supervisar el desarrollo de todas las tareas con el fin de alcanzar la meta del proyecto.

Actividades	Responsable	Semana 6		Semana 15		Semana 16		04-dic
		19-sep	21-sep	20-nov	23-nov	27-nov	30-nov	
5's	Limpieza de taller							
	Selección de artículos							
	Limpieza de taller							
	Definición de áreas de trabajo							
	Acomodo de áreas de trabajo							
	Evaluación de cambios							
Ajustes pertinentes								
Sistema de costeo	Recabar información sobre costos							
	Crear versión piloto de herramienta							
	Revisión versión piloto							
	Recabar información faltante							
	Retroalimentación							
	Trabajo en versión final							
Catálogo	Determinar precio de venta de cada producto							
	Recabar fotos productos							
	Recabar información productos							
	Capturar precio de venta							
	Diseñar catálogo							
	Retroalimentación catálogo							
Organigrama, misión, visión, valores y planeación	Presentación final catálogo							
	Llenado de cuestionario valores							
	Definición y revisión de organigrama, misión, visión, valores y planeación							
	Pulir redacción							
	Presentación y retroalimentación final							
	Realizar ajustes necesarios							

# PREPARACIÓN PARA LA APLICACIÓN de las 5 S's





Es importante aclarar que la planeación inicial del semestre consideraba la completa colaboración y disposición de la empresa, sin embargo, durante el desarrollo del proyecto las fechas de entrega se vieron retrasadas e incluso algunos de los requisitos básicos para el desarrollo de las propuestas no fueron proporcionados, por lo que la totalidad de las propuestas iniciales no pudieron ser realizadas.

#### 4.5.8 Proceso de construcción conjunta

Se realizó un diagnóstico general de la empresa en conjunto con Norma, donde se presentó de manera detallada la información de la misma, con el propósito de conocer la historia, el proceso de elaboración, la gama de productos con la que se cuenta, sus futuros proyectos y lo que se espera de nosotros como institución. Con la información obtenida se realizó un análisis detectando problemáticas y oportunidades, con las cuales se crearon propuestas de mejora.

Se expusieron las posibles soluciones encontradas a la encargada de FIBRAZ, donde se analizó cada una de las propuestas con el fin de elegir las mejores ideas para su implementación. Asimismo se incluyeron ajustes con los cambios sugeridos por Norma, aceptando las propuestas.

Una vez aprobadas las propuestas, Norma, así como el equipo PAP, se comprometieron a realizar las actividades del proyecto en conjunto para alcanzar el objetivo.

#### 4.5.9 Impactos generados

Los impactos generados en relación a la implementación de la metodología 5 S en la fábrica fue la limpieza inicial de la misma, el orden en las áreas de trabajo para eficientar los procesos de producción, mismo que inciden en la reducción de desperdicios y demoras en la fabricación del producto.

En las visitas consecutivas a la limpieza continuamos trabajando con el fortalecimiento de una cultura organizacional que promueva el orden y la limpieza de forma que las mejoras implementadas se adquieran como un hábito en la operación cotidiana.



Área de almacenamiento de la fibra antes

después





Área de procesado antes



Área de tinas y de secado antes

después



después



En relación con la planeación empresarial, trabajamos con la definición de la misión, visión y valores de la empresa, elementos que fortalecen la cultura organizacional y a la vez fungen como guía para que el trabajo diario dirija a la empresa al cumplimiento de los objetivos planteados.

### Misión, visión y valores

Misión: Ser una empresa líder en la producción de papel de agave, logrando el posicionamiento como una marca amigable con el medio ambiente, artesanal y originario del agave azul.

Visión: Contar con la capacidad productiva, para satisfacer pedidos de gran demanda, de nuestro catálogo de productos y expandir nuestro mercado en diferentes mercados a nivel nacional e internacional.

Valores:

Adaptabilidad, Compromiso, Calidad, Innovación, Responsabilidad

Finalmente, al realizar la planeación estratégica en conjunto con la empresaria, logramos especificar los objetivos a mediano plazo y las estrategias claves para lograrlas, que al igual que la misión y la visión proporcionan una guía clara sobre el actuar para lograr los propósitos planteados.

### Planeación Estratégica

Perspectiva	Objetivo Operativo 2018	Objetivo Operativo 2019	Objetivo (meta) estratégico 2020
Económica / Financiera	Incrementar el 15% del total de ingresos a finales del año.	Incrementar el 15% del total de ingresos a finales del año.	Incrementar el 10% del total de ingresos a finales del año.
Cliente / Mercado	Implementar el recorrido para turistas	Incrementar la promoción de la empresa por medio de página web.  Enfocar negocio a ventas en mayoreo.	Incursionar en el mercado extranjero por medio de exportaciones.
Procesos internos	Cambio de sosa cáustica por ácido acético para erradicar la contaminación del proceso.  Transicional el proceso de formado hacia la utilización de prensa y el proceso de secado al utilizar el método térmico.	Adquirir un digestor de mayor capacidad con un método eléctrico de cocido.	Adquisición de una pila holandesa para sustituir el molino.
Recursos humanos	Contratar personal encargado de los recorridos a turistas.	Disminuir el índice de rotación de personal.	Incrementar el bienestar de los colaboradores frente al clima laboral.
Gestión / Dirección	Definir métricas a evaluar en relación a las cinco áreas funcionales de la empresa.	Establecer sesiones de revisión de métricas de forma quincenal, donde se replanteen los objetivos y la planeación.	Capacitación en habilidades directivas.

#### 4.3.10 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 sólo de la empresa sino de la población.



## 4.6 La Comercializadora Social FJC

### 4.6.1 Historia y antecedentes

Problemáticas detectadas por el equipo:  
Falta de oportunidades de comercialización de los productos de artesanos y productores de la región de tequila.

#### **Artesanos del agave:**

El grupo de artesanos que participa con la Fundación tiene pocos escenarios de venta; cada uno tiene productos en sus hogares o establecimientos y en la pequeña esquina con la que participan dentro de la fábrica de tequila Jose Cuervo. Aún así, siendo tres escenarios diferentes resulta poco para que los artesanos crezcan y se diversifiquen, las posibilidades de crecimiento son muy pocas y los productos tienden a estancarse.

Al pueblo de Tequila le hace falta un buen sistema de comunicación, las promociones y lo que se da a conocer de la región tienen mucho que ver con la bebida y las experiencias que se viven dentro de las fábricas tequileras y poco o nada que ver con la gente que habita y le da vida al pueblo.

Los artesanos y productores que forman parte de este proyecto “comercializadora” no tienen mucha información, algunos incluso no tienen interés en el proyecto. Los problemas más grandes son con ellos mismos. Este trabajo de persuasión y búsqueda de interés de su parte se vuelve muy cansado y se visualizan pocos resultados. No hay ninguna estrategia que ayude a que nuestros artesanos se involucren en este proceso, ni mucho menos alguna que lo mantenga con interés.

#### **Pequeños productores de alimentos:**

Este grupo, que por lo pronto representa minoría en la comercializadora también, se encuentra en el problema de pocos escenarios de venta adecuados para sus productos. Los alimentos que se desarrollan artesanalmente como quesos, mermeladas, galletas, etc. son de difícil acceso para un turista común que solo asiste a tequila para disfrutar de la bebida.

Cada uno de estos pequeños productores existen gracias a la historia familiar de producir o a la necesidad de crear con lo que



tienen al alcance de sus manos para poder obtener mejores ingresos; es lógico pensar que jamás se realizaron estudios de mercado sobre las competencias directas. Por lo tanto, no se tiene claridad en muchos aspectos como sabores más solicitados, mejora en el aspecto y la calidad, etc.

Asimismo, tampoco existe una evaluación del diseño de la marca. Los colores que se utilizan o los muchos logos que se pueden presentar en los empaques nunca fueron “criticados” y los artesanos no cuentan con las habilidades para distinguir los colores más llamativos o de temporada, los mejores empaques para transportar el producto, o simplemente de que es lo que está proponiendo la competencia.

Debido a que son pequeños productores, que traen sus frutas y verduras directamente desde su rancho, que presentan sus quesos directamente en su hogar, o sus mermeladas y aderezos caseros, no existe un análisis ni un certificado de salud para los productos. Esto representa un problema para la comercializadora, ya que será un espacio donde el filtro de calidad será alto. Necesitamos ayudar a los artesanos a que sepan evaluarse y mejorarse desde este rubro.

#### **Falta de espacio común para ventas:**

Al pueblo de Tequila le hace falta un lugar desde el cual se organice la información y comunicación sobre sujetos y productos de la región. Tequila es famoso por la bebida y tiene un gran público, pero la artesanía merece un público igual de grande; esto solo se logrará si se crea comunidad entre todos los pequeños y medianos artesanos que le dan tanta riqueza al pueblo.

Falta un lugar en el cual el consumidor y/o turista tenga experiencias que lo acerquen a lo especial de la región, los productores y artesanos. Básicamente la comercializadora nace de esta idea, que el comprador pueda llevarse una idea de la experiencia y de la vida de los artesanos tan solo con entrar a la tienda. Se necesita un lugar que exponga colores, sabores y olores de tequila, un lugar que dé a conocer la vida de campo.

Pero el problema principal se encuentra en la comercializadora misma, hace falta una estructura organizacional y de función de comercializadora. La idea está, el concepto está, y es muy bueno; ahora hay que buscar y entrenar a quien se hará responsable de

transmitir todo lo que no se ve en los tours de las fábricas tequileras.

#### **4.6.2 Diagnóstico para la viabilidad de una comercializadora**

Oportunidades:

Espacio común de comercialización con una buena ubicación y legitimación.

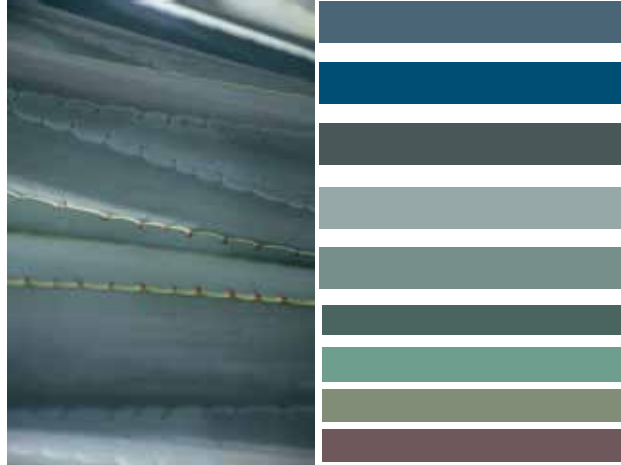
Proyecto arquitectónico y de diseño que refleja la identidad y esencia de los productos:

Creemos que mediante un espacio destinado exclusivamente a la comercialización de los productos artesanales de Tequila, apoyado de comunicación adecuada, se impulsará de manera positiva el comercio de este tipo de productos.

Mediante sistemas modulares para exposición, refrigerador/ mostrador y lugares adecuados para preservar y exponer alimentos; así como el buen diseño y el buen ambiente interior de la tienda ayudará a demostrar el valor de la región y sus productos. La comercializadora aportará puntos positivos para los artesanos, el turismo podrá obtener productos de mayor calidad y en constante innovación. Se contará con mayor visibilidad para los artesanos y productores, mayor estímulo para producir y el aumento de la calidad, así como productos tendencia.

Criterios de evaluación y selección de productos

Para conocer un poco de las artesanías que se desarrollan en Tequila no debes ir muy lejos, en la plaza puedes encontrar una gran variedad de productos que se dice son auténticos, sin embargo son pocos los que se dan a la tarea de verificar o de visitar otros puntos de venta. Nosotros sabemos que la gran mayoría de los productos que nos venden como turistas son con un precio muy elevado para la calidad y la autenticidad. Teniendo la comercializadora a solo unas cuerdas de la plaza, los turistas podrán comprar con la tranquilidad de que son productos con mejor calidad, son productos auténticos y mejor aún, son productos más vistosos. La comercializadora se encargará de siempre tener a sus artesanos “a la moda”, de siempre buscar cómo mejorar.



Sistemas administrativos claros para los productores:

Para que la comercializadora funcione, necesita artesanos y productores, y para que los artesanos y productores funcionen, necesitan mayor claridad y orden en los procesos de venta y de costeo. Este espacio que se les está otorgando a los artesanos es un lugar de confianza, donde ellos pueden aprender del valor de sus productos.

#### 4.6.3 Diagnóstico técnico-ambiental

El espacio que ahora se destina para la comercializadora está ubicado en la calle Lerdo de Tejada a media cuadra del Hotel Solar de las Ánimas. A pesar de no ser una calle con mucho tránsito de turismo peatonal o vial encontramos algunos puntos positivos: Desde la calle Ramón Corona se puede visualizar la comercializadora, será cuestión de diseño para que el muro lateral llame a los turistas a conocerla.

Frente al lote que se ha asignado a la comercializadora se encuentra la casa de la cultura, lo cual ayudará a que principalmente los habitantes de Tequila conocerán la comercializadora.

La fachada y el espacio exterior del lugar asignado nos permitirá que mediante el diseño y la arquitectura, los turistas y los locales quieran acercarse a conocer, o para tomar una taza de café acompañado de algún alimento o postre de la región.

Al interior será un espacio muy sencillo, con un portón/ventanal hacia el exterior, una puerta hacia el patio interior y una ventana que enmarca los árboles interiores del lote. En aproximadamente 8m<sup>2</sup> trabajaremos para darles a todos los artesanos un espacio personalizado, su propia plataforma de negocio.

#### 4.6.4 Diagnóstico de las problemáticas y oportunidades

La principal problemática con la que nos enfrentamos este semestre fue la relocalización de la comercializadora. Tuvimos algunos contratiempos para poder conocer finalmente dónde estaría.

Nosotros no contamos con la llave y no es sencillo conseguir que nos abran el espacio, por lo tanto todas las medidas, fotos y registros tuvieron que ser tomadas en un solo momento, sin contar con el espacio para poder volver y a partir de un segundo momento

generar nuevas ideas y repasar todos los puntos a observar. Es un espacio que no está en buenas condiciones, pasó de ser un hostel a ser una tiendita de abarrotes y servicio, al abandono en el que se encuentra ahora.

Una remodelación siempre es más complicada que una construcción desde cero y además a este problema debemos sumar que dentro del lote también se darán talleres de oficios y se llevará a cabo un “mercadito”. Para que el proyecto no parezca parchado y una completa mezcla, nosotros necesitamos estar en sintonía con lo que sucede ahí dentro y eso no es así. No estamos enterados de cuándo arrancan talleres, ni del mobiliario, o de los horarios de entradas y salida, tampoco sabemos la capacidad de personas, los colores que utilizarán; ningún básico que nos ayude a desarrollar estrategias tanto de diseño como de logística.

Otra problemática detectada es el tema “filtro de calidad”. Sabemos que para ellos deberá ser un lugar donde luzcan las artesanías, que sea una tienda que marque tendencia, que se transforme conforme a las temporadas, sabemos que los productos que aquí se venderán serán auténticos y llevarán el valor agregado de venderse en un lugar de “alto diseño”. Pero por parte de la Fundación no hemos podido obtener los criterios que nos hablen de calidad, no sabemos qué productos en específico se venderán, su tamaño, su marca, sus colores, sabores, olores, no sabemos qué necesitarán para ser mostrados; estamos trabajando un poco a ciegas.

De nuevo nos encontramos con el obstáculo “artesano”. Cómo inspirarlo a mejorar y a renovarse, cómo convencerlo de que sus productos aquí se venden y que aquí se darán a conocer.

Para empezar debemos enterar a los productores de que son los artesanos los que darán vida a la tienda, y estos protagonistas son los más alejados del proyecto.

No han participado en toma de decisiones, no han podido decir sí o no, no han podido ofrecer ayuda para levantar la comercializadora, porque no los hemos dejado formar parte de lo que al final es de ellos y para ellos.

La problemática “imagen” fue menos protagonista este semestre.

Ya contábamos con un avance, un boceto, un básico de color y tipografía; ahora hay que profundizar, aplicar y aterrizar. El diseño se aprobó hace unos meses, parece que es un buen proyecto, pero faltan detalles de mobiliarios, materiales, colores, distribución, etc. Será mejor optar por una clasificación general de productos para poder tener un proyecto más concreto.

#### **4.6.5 Objetivos específicos y planes de acción (propuestas de mejora)**

- Comunicar la riqueza de la región, mediante los productos y los artesanos mismos.
- Diseñar todo el mobiliario interior de la comercializadora, diseñar el exterior que tiene como misión llamar la atención de los turistas y locales.
- Seleccionar los artículos que mejor representen la visión de la comercializadora, aplicar el filtro de calidad y apoyar aquellos que aún les hace falta para poder ser parte de este proyecto a los artesanos en el proceso de la comercializadora.
- Diseñar y aplicar ilustraciones a los souvenirs y artículos de diseño que la comercializadora quiere vender como principal fuente de ingreso.
- Seguir activando la economía de la región, inspirar a los artesanos y productores a querer formar parte de este proyecto, enseñarles a estar orgullosos de su tierra.

#### **4.6.6 Metodologías utilizadas**

A partir de la información que se obtuvo en el verano y las primeras ideas conceptuales, comenzamos a aterrizar el proyecto “Región Azul”.

Mediante varias visitas de campo y entrevistas con directivos de la Fundación José Cuervo recopilamos los datos necesarios.

Para la sensibilización sobre la enorme riqueza de la región en cuanto a su flora y fauna y las prácticas específicas gastronómicas de pequeños productores de alimentos, se generaron registros fotográficos, ilustraciones y acuarelas para graficar y visibilizar esta riqueza.

Inspiración en la naturaleza





Múltiples juntas y trabajos en equipo para toma de decisiones.  
Levantamientos fotográficos, así como de medidas interiores y exteriores del inmueble.  
Herramientas computacionales como Sketchup, Illustrator y AutoCad.  
Múltiples juntas y discusiones con directivos de FJC para trabajar en cambios y avances una vez por semana.

#### 4.6.7 Cronograma o plan de trabajo

Cronograma se encuentra en la sección de los anexos.

#### 4.6.8 Proceso de construcción conjunta

Margarita y Sonia, directivas de FJC, formaron parte esencial del proyecto, durante todo el semestre actualizamos el proyecto y hacíamos breves presentaciones donde ellas nos indican si Región Azul iba por el buen camino.

El trabajo se vio dividido en varias etapas a lo largo del semestre. Se trabajó en el diseño de mobiliario, al mismo tiempo que se hacían las diferentes ilustraciones que estarán representando la riqueza de la región azul en la comercializadora a través de sus productos. Se trabajo con el diseño de la fachada mientras se avanzaba en el trabajo y la entrega final. Todo el tiempo nos mantuvimos muy en contacto con el pueblo y la gente de Tequila.

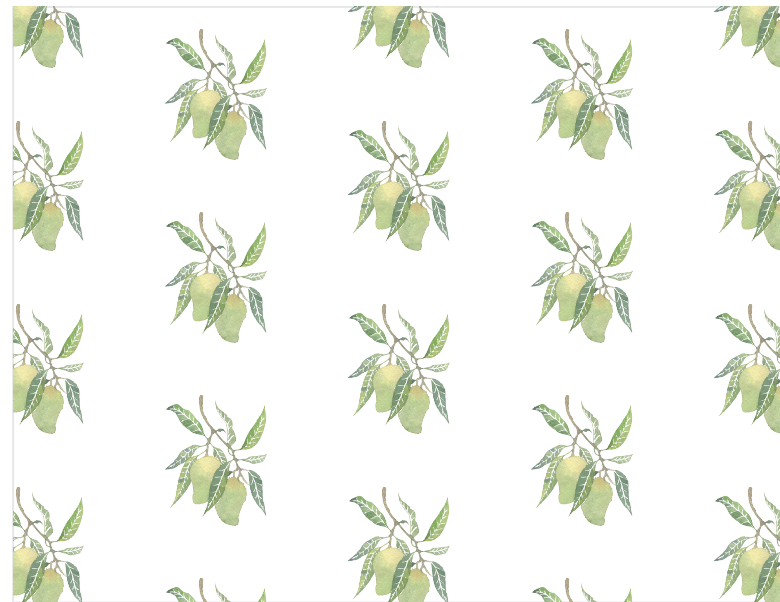
#### 4.6.9 Desarrollo de productos, resultados alcanzados

Nuestro alcance en el diseño llegó muy lejos este semestre, se desarrollaron muchas más ilustraciones que se pretenden poner en la fachada y en el interior, en tarjetas tipo postales y papeles para envolver. Se hizo el diseño de logotipo, incluyendo colorimetría y tipografía; el mobiliario se diseñó a medida del espacio, pensando en cada una de las artesanías que serán expuestas con sus respectivas necesidades.

Nuestro alcance en la disciplina arquitectónica llegó a la definición del proyecto, se proponen cambios muy pequeños a nivel fachada y en el interior, solo se modificará la barra existente en el predio y



Texturas para papeles de envoltura





el cambio de la tarja por un lavamanos mas presentable. El mobiliario y la colorimetría se diseñaron en conjunto.

#### 4.6.10 Impactos generados

Como apenas se concibió el proyecto, no es todavía posible hablar de una fase de impactos. El impacto más inmediato va a ser que la Fundación tendrá que gestionar los recursos para realizar y materializar el proyecto. Enseguida se espera, al involucrar en el proceso de realización a los artesanos y pequeños productores, que se genere una mayor apropiación del lugar y sus posibilidades para ellos.

#### 4.6.11 Visión del proyecto hacia el futuro

Para que este proyecto pueda seguir caminando es esencial el apoyo de la Fundación, entendemos que incluso para ellos es difícil mantener esta comercializadora activa, pero sin la participación constante y comprometida no es posible hacer muchas de las cosas que se esperan de este proyecto.

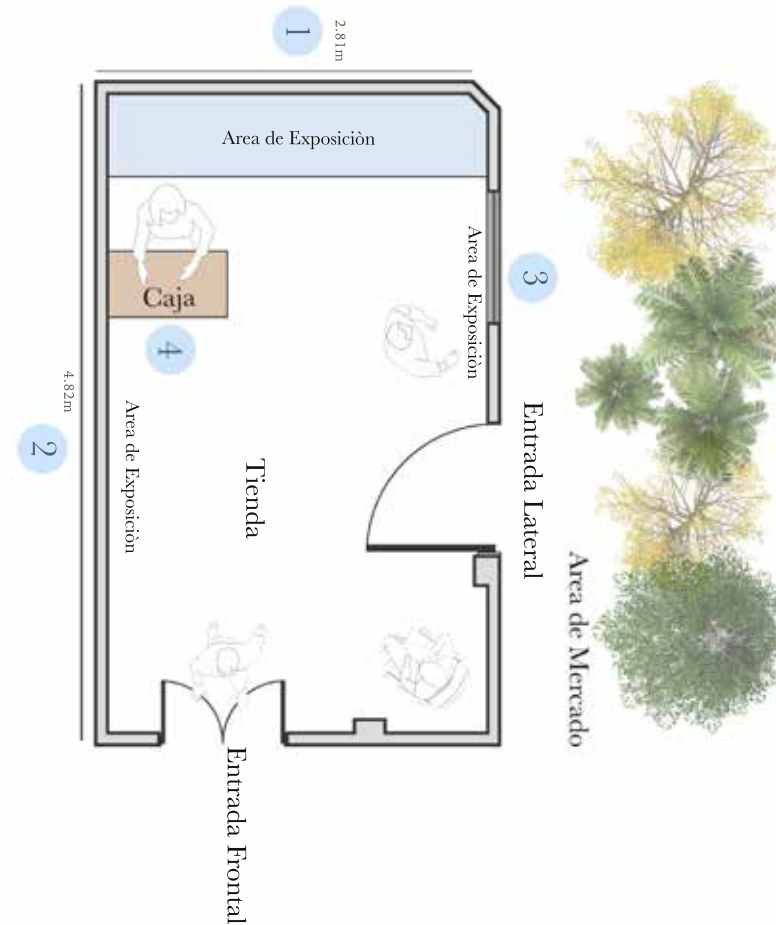
Lo siguiente por hacer es trabajar en el exterior y en todo el mantenimiento de paredes, dar el acabado con la pintura seleccionada y comenzar a hacer el mural de la fachada; sería ideal que el pueblo y los artesanos trabajarán en esta parte que se sugiere sea lo primero en retomar al comenzar el 2018.

Empezar a hacer pruebas de impresión con los papeles y las ilustraciones, definir exactamente cuáles van a ser las envolturas. Imprimir tarjetas y folletos de presentación del proyecto, así como imágenes en redes sociales, para comenzar a publicitar.

Comenzar a pedir que los artesanos trabajen en los productos para la tienda, es muy importante que exista material para venta y más importante que exista una pequeña cantidad de productos extra para que en un futuro la comercializadora pueda ser auto-suficiente.

Definir quiénes harán el mobiliario para poder hacer el encargo de los mismos, así como rotular el exterior e interior de la comercializadora.

Es un proyecto con mucho futuro y con mucho corazón, pero sin



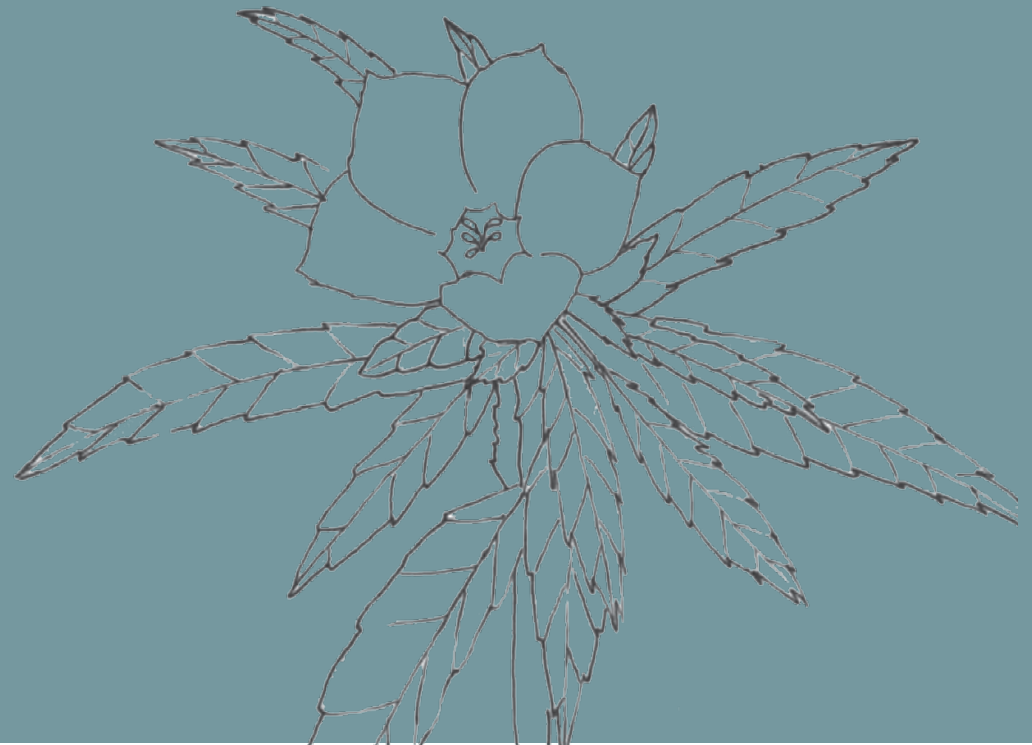


duda hace falta organización y saber delegar actividades y decidir quién se hará cargo de la gestión de este lugar.

Enseguida se presentarán las propuestas para los interiores de la futura tienda, diseños que están pensados para aprovechar el poco espacio con el que se cuenta en este lugar.







# Capítulo V

Aprendizajes individuales  
y grupales



### **5.1 Aprendizajes profesionales: competencias reforzadas y conocimientos adquiridos.**

#### **Aprendizajes profesionales**

*¿Cuáles fueron las competencias desarrolladas, tanto las genéricas como las propias de la profesión?*

Ana Sofía: En el periodo del PAP uno de los grandes aprendizajes fue encontrar la manera de motivar a la empresaria y mostrarle el beneficio que el proyecto tiene para su negocio. Desarrollar el material y las estrategias para incentivar su participación activa fue muy enriquecedor y valioso. Asimismo, realizar el diagnóstico de la empresa y analizar opciones de mejora fue un elemento sumamente valioso para mi formación pues me permitió aplicar herramientas de mi profesión en un contexto real y dinámico.

Ernesto Ortiz: En este periodo PAP el mayor aprendizaje fue el tratar de desarrollar estrategias para lograr los objetivos planteados al principio del semestre, dichas estrategias debían de lograr que la participación de la empresaria fuera activa, ya que el convencer que se involucrara tardó más de lo previsto. El diagnóstico y las mejoras propuestas se realizaron basadas en el tiempo del que se disponía, para estas mejoras se usaron herramientas ya vistas en la carrera.

Corazón Morales: En esta ocasión uno de los retos más importantes que se tuvo en el PAP es saber cómo involucrar a las personas de los diferentes escenarios para su participación eficaz en el proyecto, donde a través de análisis de problemas y oportunidades se propusieron mejoras mostrando beneficio de los mismos, donde se puso en práctica conocimientos adquiridos en la carrera.

Alberto Siqueiros: Empezar un proyecto nuevo, realmente utilizar las herramientas de análisis que he desarrollado desde el principio de la carrera para poder interpretar los históricos y poder proponer métodos de investigación y después soluciones tentativas, para ir llegando al objetivo en conjunto de mis compañeros.

Mariana Ruiz: En este PAP uno de los mayores aprendizajes que he tenido como diseñadora es el poder entender al cliente, en este caso al artesano para poder transmitir sus ideas en algo que

quieren y que les va a servir en un futuro, todo esto usando los conocimientos y el uso de herramientas ya adquiridos a lo largo de la carrera.

Estefanía: El método de investigación mediante observación fue sumamente importante, ya que de esta manera pudimos ver lo que cada una de las bordadoras sabían hacer. Además de tener el contacto con las mismas, y así saber qué era lo que ellas esperaban de los encuentros.

Fernanda Malacara: El contexto fue algo distinto a lo que he tenido experiencia en arquitectura, fue al principio una remodelación de prácticamente un cuarto de la Fundación JC, luego nos cambiaron a un local que era Hostal donde tuvimos oportunidad de abrir mucho más los espacios y explorar otras técnicas. No creo que hubo alguna problemática sino el presupuesto fue algo reducido que lo que nos dio fue experimentar y conocer nuevos materiales.

Gabriela Avilés: La comunicación fue una de las competencias que más logré desarrollar en este proyecto, debido a que fue difícil en un principio tomar decisiones con el artesano y aterrizar los conceptos para que pudieran comunicar lo que se pretendía y al final se logró un buen resultado, supimos distribuirnos las áreas que había que trabajar en equipo y se entregó un buen resultado

Irma:  
Juan Ramón: La ética y la confianza entre distantes personas. Así como el desarrollo de maquinaria para la solución de problemas de producción.

Mariana Fernández: Utilizar herramientas de análisis de necesidades, escuchar nuevas ideas, trabajar en equipo y resolver los problemas juntos.

Nancy Franco: Trabajo colaborativo, diálogo e intercambio de ideas, detectar problemáticas y aportar soluciones, cuestionar procesos actuales, crear nuevos conceptos.

Jimena Moreno: Trabajo en equipo, para esta etapa del proyecto se necesitó mucha cooperación y mucho diálogo entre todas.

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

Ana Sofía: Durante mi participación en el proyecto tuve la

oportunidad de ser consciente de la falta de especialización y el conformismo que existe en torno al desarrollo de la competitividad de los negocios en México. En esta experiencia con artesanos puedo identificar que el apoyo e impulso externo se encuentra a un alcance bastante accesible, sin embargo en la empresa en la que colaboré, la motivación y la búsqueda por la mejora continua es escasa, por lo que los resultados a la vez son pocos.

Ernesto Ortiz: el precio en el que dan su producto está por debajo del mínimo, por el simple hecho de competir con el mercado. No solo pasa aquí sino también con los demás artesanos. Me pude dar cuenta que la dificultad de vender productos de esta categoría y emplear gente de manera formal es un gran problema. El gobierno debería apoyar más a sectores artesanales que quieren entrar al mercado y ser más flexibles en los requisitos para contratar gente ya que a veces es más caro y difícil mantener a tus trabajadores de manera formal para este tipo de “empresas”.

Corazón Morales: En el transcurso de este proyecto en conjunto con los artesanos me doy cuenta que la mayoría se basa en la experiencia para costear su producto, donde mucho ellos apenas recuperan su inversión, y por otra parte los artesanos (de México) ya no están en contacto directo con sus clientes, por ello se le dificulta al artesano responder a los cambios de mercado.

Alberto Siqueiros: Enfrentarte con el tiempo, no solo se trata ya del tiempo que uno le dedica y sabe cuándo va a terminar la tarea o por lo menos el determinado para encarar las actividades, ahora se trata de integrarte a los tiempos de los demás y tomar en cuenta que el tiempo de los demás es incertidumbre desde un punto de vista personal.

Mariana Ruiz: Me pude dar cuenta que es muy importante llevar una buena administración dentro de un negocio ya que si no es de esta manera se empiezan a generar perdidas y así es muy fácil que se llegue a perder un negocio y llegue a estar en banca rota siendo más perjudicial que benéfico.

Estefanía: El contexto en el que cada uno vive es diferente e influye mucho sobre cada uno de nosotros. Las bordadoras se esfuerzan en hacer sus piezas bien hechas, sin embargo algunas solamente lo hacen de hobbies y no lo ven tanto como un medio para ganar dinero. Tal vez esto se deba a que ellas no tienen la necesidad de trabajar para ganar dinero extra.



Gabriela Avilés: Aprendí que trabajar con artesanos no es tan fácil como parece, pues carecen de muchos recursos para poder expresar lo que realmente quieren, pero con paciencia se logró ser objetivo y crear un buen concepto. Hay ciertos problemas que noté a la hora de hacer un trabajo para ellos, al no tener costo alguno nuestro trabajo, se pierde un poco el valor por parte del artesano. Mientras el contexto social, me di cuenta que viven en una situación muy diferente a la que estamos acostumbrados, ya que diseñamos para un tipo de mercado similar y al encontrarse con artesanos, su contexto social, cultural e histórico tiene otro peso distinto al que estamos acostumbrados a trabajar la mayor parte del tiempo.

Juan Ramón: En varios de los contextos en los que me involucré, encontré que el mayor problema de los “artesanos”, es el tiempo de producción, que se ve reflejado en su mayoría en el orden en el que producen. Tiempos que los llevan a tener que pagar más personal y más tiempo de trabajador hora.

Mariana Fernández: Es una manera de trabajo distinta a la de nosotros, ya que hay mucha dependencia de decisión de muchas personas para poder definir y realizar el trabajo. Los tiempos de entrega pueden ser un poco lentos por que son pocas las horas que compartimos junto con ellos.

Nancy Franco: Ver las oportunidades que hay para trabajar con los artesanos y apoyarlos, ya que cuando estuvimos trabajando con ellos me di cuenta de la complejidad a la que se enfrentan del mundo actual debido a avances tecnológicos y funcionamiento de la economía y esto puede ser complejo para ellos y mediante el diseño podemos apoyar a impulsarlos.

Jimena Moreno: Paciencia, es un proyecto que depende mucho de otras personas y muchas veces no podíamos avanzar sin que antes se hicieran otras cosas, es un problema muy grande dentro de la fundación.

*¿Cuáles fueron mis saberes puestos a prueba?*

Ana Sofía: En el periodo aplicamos la metodología 5 S en donde redefinimos las áreas de trabajo de la manera que consideramos más óptima y modificamos según la opinión de los usuarios. Durante el periodo fue importante considerar los tipos



de desperdicios definidos en la industria, conceptos básicos de ergonomía y seguridad industrial y herramientas para optimizar el trabajo diario.

Ernesto Ortiz: Creo que lo más difícil para mí fue encontrar la forma de involucrar a la empresaria en participar en las actividades que teníamos programadas, también se puso a prueba el poder presentarle las problemáticas presentadas de manera positivas y por último sugerir estrategias viables con lo que teníamos y dependiendo del tiempo que se tenía.

Corazón Morales: De acuerdo con el análisis de problemáticas encontradas en la empresa se implementó la metodología de 5s con la intención de contrarrestar las mismas. Por otro lado, es importante mencionar el trabajo en equipo.

Alberto Siqueiros: Tareas de investigación, análisis, costos y presupuestos, administración estratégica y toma de decisiones en conjunto.

Mariana Ruiz: Mis saberes puestos a prueba dentro de este proyecto fueron sobre todo el hecho de poder entender al cliente para poder transmitir por medio de su logotipo lo que él quiere/necesita y dentro del área más técnica fué casi totalmente el Branding de un negocio de galletas, el trabajo en equipo y empaque de un producto.

Estefanía: Primero que nada fue el de analizar. Tuvimos que investigar y analizar mucho sobre las cosas características de Tequila para poder hacer diseños de bordados. También utilizamos otros conocimientos adquiridos en la carrera, tales como dibujar y utilizar ilustrador, herramientas básicas para un diseñador.

Fernanda Malacara:

Gabriela Avilés: Trabajar en equipo y estar en contacto y comunicación con mi artesana a pesar de que solamente nos veíamos una vez por semana y lograr conceptualizar sus ideas y mis propuestas en una sola idea.

Irma: El crear una identidad para el bálsamo del jimador . Investigar al consumidor y cliente potencial , la forma de vida , el proceso de producción, investigar requerimientos de etiqueta y envase.

Juan Ramón: Mis conocimientos como mecánico, para optimizar los procesos en la elaboración de la pomada de Ismael. En la cual se tuvo que crear un sistema de enfriado más óptimo que el que usaba diariamente. Ya que este proceso en temporada de calor lo

hacía desvelarse hasta las 3 am. Mis conocimientos en herrería y manufactura, para la creación de una tejabán en el patio de Don Migue. En el cual se tuvieron que cimentar postes, soldar y pajar lamina acanalada.

Mariana Fernández: El trabajo en equipo, desarrollo de marca, conceptualización (branding), renderizar, interiorismo.

Nancy Franco: El trabajar en equipo, la gestión de un proyecto y lo complicados que son los trámites.

Jimena Moreno: Como arquitecta tuve que desarrollar planos, render y hacer levantamientos en el lugar.

Fernanda Malacara: En el desarrollo arquitectónico como proyectar un espacio pequeño donde tenga una armonía con el contexto de Tequila y la esencia de los artesanos.

### *¿Qué aprendí para mi proyecto de vida profesional?*

Ana Sofía: Aprendí que existe un gran campo para colaborar con pequeñas empresas aportando herramientas y empoderamiento tanto a los dueños como a los empleados; esto con el objetivo de que se fortalezcan y en consecuencia la economía local y nacional. Al trabajar en este tipo de escenarios reafirmo mi vocación por incidir en la realidad económica del país.

Ernesto Ortiz: El estar interactuando con artesanos me di cuenta de las dificultades que presentan al tratar de competir en el mercado. El precio de sus productos a veces es malbaratado por lo mismo. Hace falta que más asociaciones y hasta el gobierno los apoye para que cuenten con la información y capacitación necesaria para poder competir. Trabajar con ellos es una gran experiencia porque aprendes procesos muy diferentes unos de otros, cómo manejan su logística, y sus pronósticos porque aunque no son una gran empresa de todos modos lo logran sin tener las bases. También es algo trabajoso el presentarle nuevas ideas y mejoras ya que les cuesta trabajo cambiar algo con lo que ya están familiarizados.

Corazón Morales: Para obtener un buen resultado se necesita trabajar en equipo, tener capacidad de adaptarnos ante las situaciones que se nos presenten, tener una filosofía de ganar / ganar, y por último tener compromiso y pasión hacia lo que estás empleando.

Alberto Siqueiros: Es de bastante aprendizaje el dividir tareas en equipo aceptando las virtudes de los demás en tareas en las que ellos las pueden desenvolver mejor que uno y viceversa.

Mariana Ruiz: Aprendí que a veces el diseño de lo que suele ser una persona termina siendo el de 20, pues a veces la gente se deja influenciar y empieza a sentir inseguridad de lo que se le está presentando siendo que se le hizo un estudio adecuado anteriormente para tomarlo de base y saber cómo desarrollar el proyecto a partir de eso.

Estefanía: Más que nada aprendí sobre el trato con la gente, lo importante que es escucharlas. Este semestre fue como de prueba para el proyecto de bordadoras, y lo que hacían o decían eran de suma importancia para nosotras. Tratar de entender qué es lo que ellas querían hacer o lo que esperaban de los encuentros, para en un futuro saber cómo tratar con ellas y cómo llegarles.

Gabriela Avilés: La importancia que es apoyar la economía local de un pequeño estado o pueblo. Y que con nuestra ayuda se pudo impulsar a esa economía por medio del diseño para hacer los productos de los artesanos más atractivos y con un mayor valor comercial para generar más ventas y ayudarlos a ellos y a su localidad.

Irma: Que no solo son conocimientos teóricos o lo que aprendes en los libros sino que lo más importante es entender el consumidor y a el artesano para así hacer un plan de trabajo en donde los dos lados queden satisfechos.

Juan Ramón: Aprendí que tienes que saber ponerte en los zapatos del otro, y entender los problemas que tiene para poder crecer su negocio. Tienes que aprender a manejar los recursos que hay para resolver el problema.

Mariana Fernández: Las diferentes ideas enriquecen el valor de una empresa o proyecto, el saber escuchar pero al mismo tiempo defender tus ideas.

Nancy Franco: Es muy importante ser consiente de nuestro contexto socioeconómico y apoyo a los que están en desventaja, es muy importante detectar las necesidades, investigar para poder llegar a soluciones convenientes de acuerdo al contexto en donde se está trabajando. Mediante el diseño podemos mejorar la calidad de vida de muchas personas.

Jimena Moreno: Hubo mucha intervención del diseño y aunque es

una profesión con la que trabajo día a día, el tenerla tan cerca me ayudo a darme cuenta de lo importante de sus procesos.

Aprendizajes sociales.

Fernanda Malacara: Aprendí como desarrollar un proyecto arquitectónico, con estudiar el contexto y a los “clientes”, que en este caso eran los artesanos. Conocer el desarrollo del producto antes de proponer un espacio.

*¿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?*

Ana Sofía: Desde mi óptica la implementación de la metodología 5´s, la estructura de la misión, visión y valores y el planteamiento de objetivos dentro de la empresa han generado una transformación interna enfocada hacia el orden y la estructura de la organización.

Ernesto Ortiz: Para lograr un cambio este debía de ser a partir desde la parte interna, empezando con el orden y la limpieza, es por eso que se implemente la metodología de las 5 S. Para darle un objetivo a la empresa se definieron los valores, misión y visión. Con esto se logró orden, estructuración y rumbo de la empresa.

Corazón Morales: Para esta parte creo que es muy importante el interactuar con las personas, el involucrarlos y hacerlos participe en el proyecto para poder alcanzar el fin esperado. Tener compromiso hacia el objetivo, poder mostrarles la importancia y el beneficio de ello para mejorar el ambiente en el que se encuentra. De cómo estas actividades externas las pueden ayudar a mejorar su calidad de vida, y no solo la de ellos sino también la de las personas que se encuentran a su alrededor. Por otra parte, que ellos mismos tengan la iniciativa para desarrollar un proyecto propio.

Alberto Siqueiros: Realicé búsquedas de maneras de cómo comercializar los productos de los artesanos donde tengan todas las posibilidades de que su producto sea valuado como debe ser, con iniciativas de comercio justo, y beneficio social.

Mariana Ruiz: Intentando de cierta manera ser parte de un poco de la vida de la persona con la que estás trabajando, así puede ser mas fácil entender el contexto en el que vive y asimismo poder trabajar de una manera más adecuada para poder ayudarle y

entender lo que que quiere/necesita.

Estefanía: Iniciando con los nuevos diseños de bordados. Ya que para poder hacerlos tuvimos que hacer una selección de elementos que caracterizaban al pueblo de Tequila, seguido de una interpretación personal de la imagen (ilustración) y finalizando con el diseño hecho en punto de cruz.

Fernanda Malacara: En este caso fue en forma de proyecto arquitectónico y diseño, donde vimos las mejores opciones para que los artesanos tuvieran una oportunidad de enseñarle a Tequila lo que es la esencia real de su Pueblo Mágico.

Gabriela Avilés: Como lo hicimos nosotros, conociendo al artesano, sus necesidades y brindándole una metodología para resolver sus problemas por medio del diseño, creatividad y grandes ideas para generar un producto con mayor posibilidad de venta e incrementar sus cuentas y su economía local.

Irma: el armar un equipo de trabajo en donde todos aporten tanto los estudiantes como los artesanos, creando grandes proyectos ayudando a que puedan competir en el mercado actual que está globalizado sin tener que malbaratar sus artesanías.

Juan Ramón: En la invención de las máquinas que le facilitarán la vida a dichos artesanos.

Mariana Fernández: Ubicar un espacio y un lugar, las necesidades y lo que verdaderamente se podría hacer una realidad por ejemplo el comercio justo en Tequila. Es parte de un pequeño cambio hacia adelante para los artesanos locales y la identidad de un lugar.

Nancy Franco: El trabajo en equipo, lograr escuchar y comprender lo que todos tenían que decir en el proyecto, esto implica una buena comunicación. La importancia de investigar y detectar las necesidades y oportunidades y así lograr propuestas creativas teniendo en cuenta el objetivo.

Jimena Moreno: Escuchando las necesidades específicas de la fundación y de los artesanos que formarían parte del proyecto, haciendo diversas propuestas y manteniendo una comunicación fluida con los participantes.

*¿Qué tan capaz soy ahora para preparar un proyecto; para dirigirlo, con base en objetivos, a la mejora social; para hacer su seguimiento y evaluar su puesta en práctica; para tomar decisiones?*



Ana Sofía: Considero que al ser esta mi segunda intervención en empresas he reforzado los conocimientos en relación a la importancia de realizar un diagnóstico pertinente y certero y sobre todo el trabajo colaborativo con todos los miembros de la empresa.  
Ernesto Ortiz: Esta es la primer vez que interactúo en una empresa y pude aplicar varios conocimientos en varias áreas para mejorar el orden de la empresa y estructura de la organización con la ayuda de los miembros de la empresa.

Corazón Morales: La práctica hace al maestro, creo que conforme tú estés trabajando ya sea directamente o indirectamente en una tarea, cada día te vuelves más hábil para preparar un plan, por lo tanto, tengo más seguridad en emprender un proyecto, ya que tengo más experiencia, en pocas palabras, puedo analizar y planear mejor para una buena decisión.

Alberto Siqueiros: Soy bastante capaz, sin embargo me siento pequeño ante todo el conocimiento que aún estoy por aprender y ante el desarrollo de las habilidades mencionadas en la pregunta.

Mariana Ruiz: En mi opinión, creo que se aprende de lo que haces, cada día es nuevo y aprendes cosas nuevas, este semestre pude aprender que no es tan fácil trabajar con personas que tienen diferente contexto social al tuyo, pero sí me siento más preparada para poder repetirlo de una mejor manera en el futuro.

Estefanía: Ahorita me siento muy capaz para la realización de un proyecto profesional, ya que siento que ahora que puse mis conocimientos y herramientas en práctica, sé que puedo llevar a cabo proyectos de esta magnitud, y que además lo que no se, en el momento de llevarlo acabo aprenderé.

Fernanda Malacara: Totalmente capaz, fue una prueba donde puse en acción todos mis aprendizajes de la carrera y plantearla en un semestre en un proyecto de un impacto social para los artesanos de Tequila.

Gabriela Avilés: Creo que en mi proyecto, se logró sacar un proyecto de calidad, ya que se siguió una metodología que incluía un cronograma que se siguió durante todo el semestre y logramos optimizar los tiempos y trabajo entre mi compañera y yo para entregarlo completo en tiempo y forma.

Irma: Me siento segura en arrancar sola con un proyecto, este PAP me dio las herramientas necesarias y me acercó a la realidad del cómo es la vida en realidad a manera de proyectos.



Juan Ramón: Demasiado capaz. Siempre he tenido la mentalidad de hacer un grupo en el cual se capacite gente, para que puedan ejercer alguna profesión.

Mariana Fernández: Estableciendo tiempos de entrega, debates, análisis de productos o ideas existentes, búsqueda de información y discernimiento, creo que muy capaz. Es solo cuestión de organización y entrega.

Nancy Franco: Soy capaz de hacerlo con ayuda del trabajo en equipo, ya que son muy enriquecedoras las aportaciones y los puntos de vista que otros puedan tener. Y gestionar algún proyecto con diseño apoyando a personas en desventaja

Jimena Moreno: Si algo aprendí este semestre fue que la organización es la base de todo, para que un proyecto de este tamaño avance hay que tener todo un plan de acción y sobre todo saber delegar actividades; con todo eso y un buen equipo creo que podría ser capaz de dirigir un proyecto.

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

Ana Sofía: El trabajo con artesanos en el pueblo de Tequila en el cual tuvimos la oportunidad de incidir desde la profesión nos permitió innovar las prácticas laborales al plantear conceptos básicos de la metodología lean, lo que representó un cambio positivo y considerable en el trabajo diario.

Corazón M: El interactuar con los artesanos, el aplicar mis conocimientos en los diferentes escenarios, el compartir experiencias con artesanos, permite ser más solidarios unos con otros.

Alberto Siqueiros: más que innovar, desarrollar. La sinergia entre las aportaciones del escenario (Ismael) y las mías para lograr avance en el proyecto y amistad en la relación personal.

Mariana Ruiz: El hecho de trabajar con un artesano y poder darle una identidad más fuerte como marca, hacer que tenga más presencia y hasta mejorar el empaque de un producto impacta de una manera más innovadora en un contexto de este tipo.

Estefanía: En todos ellos, sólo se necesitan ganas de trabajar para poder estar en alguna de ellas. Claro es que éste PAP fue un gran impulso para sentir seguridad propia sobre proyectos



profesionales, ya que ha estado al lado de mi durante todo el transcurso. Así que siento que tengo mucho apoyo conmigo. Si tenía dudas sobre el proyecto, ahí tenía conmigo a mis profesores, para orientarme por el buen camino.

Fernanda Malacara: La práctica de salir del contexto normal y conocer las distintas esquinas de Tequila, La Barranca, el Campo, Fabrica, el Pueblo etc.

Gabriela Avilés: En todos los ámbitos de la sociedad el diseño está presente y ayuda a la comunicación precisa.

Ayudamos e innovamos en un contexto socialmente y culturalmente diferente al que vivimos y se logró hacer con éxito.

Irma: se logró eficientar procesos de producción sin afectar lo artesanal, también la manera en que se comercializan los productos como en este caso la crema del jimador, se logró cambiar el envase y la estandarización de la mezcla de ingredientes.

Juan Ramón: Ayudar, respeto y generosidad, aprendí mucho de Ismael que se preocupa más por el ayudar a los demás, comparado a cuánta ganancia económica puede tener en su producto.

Mariana Fernández: La amistad, el diálogo, escuchar, y todo para cubrir una necesidad social que se beneficiarán todos en un futuro.

Nancy Franco: en la detección de la falta de prácticas sociales y de comercio justo que existe en nuestra sociedad, la importancia del trabajo en equipo siempre teniendo lo que tienen que aportar los demás sin dejar de tomar en cuenta los valores y ética.

Jimena Moreno: Tuve poca oportunidad de innovar.

*¿Qué impactos pude evidenciar, y cuáles no, de la aplicación profesional realizada?*

Ana Sofía: Considero que trabajar en un ambiente limpio y ordenado permite que el día a día se lleve de una forma más fluida y grata para los colaboradores. Supongo y espero que este cambio sea detonante para que la empresa continúe por el camino de la mejora continua.

Ernesto Ortiz: La implementación de 5s fue para tener un espacio controlado, clasificado y limpio con el objetivo de que cada área estuviera ordenada y en su lugar para tener un proceso más fluido y eficiente.

Corazón Morales: Uno de los impactos más notables es que se

mejoró la imagen de la empresa, se disminuyen los desperdicios, se obtuvo un lugar de trabajo organizado y limpio, se redujo el tiempo de búsqueda, hay menos riesgos de accidente.

Alberto Siqueiros: El trabajo de este semestre fue más analítico y experimental para revisar resultados concretos. Será importante revisar el siguiente semestre, cómo evoluciona la base presente que se plantó. Esta base consiste en una reducción de costos, nuevos proveedores, cambio de imagen en envase, aroma, producción, entre otras.

Mariana Ruiz: Un fuerte impacto en este proyecto fue haber renovado la marca completamente para que pudiera verse más limpia y de mejor calidad a la que tenía anteriormente. También se hizo una gran mejora en el empaque haciendo más fácil los procesos de empacar las galletas para Elizabeth.

Estefanía: Los impactos que pudimos evidenciar fueron de parte de las bordadoras. Pudimos ver que sí les agradaba la idea de bordar cosas de Tequila, sin embargo vimos que al no dejarlas utilizar los colores que ellas querían (ya que querían modificar los colores del diseño que nosotras hicimos) se molestaban un poco. De igual manera se pudo observar quiénes si estaban interesadas en seguirle con la parte 2 de los encuentros y quiénes no.

Fernanda Malacara: La conexión con los artesanos y con Tequila, cuales no serían desarrollar como la propuesta de

Gabriela Avilés: Logramos cumplir con los objetivos que era crear una identidad a Elizabeth y se logró llegar más allá, solucionando el tema de su empaque. Nos faltó llegar al proceso de impresión óptimo, ya que nos faltó cotizar en varias imprentas para definir una y entregarles los archivos de salida para su reproducción  
Irma:

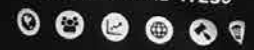
Juan Ramón: Ayudar a Ismael a mejorar en tiempos su proceso de enfriado. Ayudar a Don Migue, notar su agradecimiento. Sabiendo el que la terraza le será de mucha ayuda para poder mantener en buen estado su materia prima. Me ayuda a ver la importancia de nuestra labor social.

Mariana Fernández: Creo que entregamos un proyecto muy bonito (Región Azul) y todo lo que va a ser parte de él, las historias de los artesanos, que son parte de esta comercializadora social, un equipo de artesanos entregados a su profesión al igual que nosotros.



**PAP**

PROYECTOS DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL ITESO



**PAP**

PROYECTOS DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL  
UNIVERSIDAD ITESO



**Fly  
Emirates**



Nancy Franco: Gracias a la investigación y detección de necesidades previa pudimos realizar el proyecto completo para comenzar con la construcción y apertura de la comercializadora social, Debido a trámites y prototipos los procesos de aprobación de compra por parte de FJC son lentos y no se pudo lograr empezar con la remodelación del espacio donde se abriría la comercializadora.

Jimena Moreno: Con la comercializadora no llegamos muy lejos, todo quedó en concepto, pero en las presentaciones para la Fundación detecté que estábamos haciendo bien el trabajo, por otra parte el avance en el trabajo con Don Migue podemos verlo reflejado en tu tejaban del patio, él se comprometió mucho y avanzó para que nosotros también pudiéramos hacerlo.

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

Ana Sofía: Desde el inicio esperamos que los cambios generados motivaran tanto a la empresaria como a las artesanas que laboran en la empresa, sin embargo la probabilidad de esto es media pues depende bastante del grado de involucramiento y la percepción de la incidencia universitaria.

Ernesto Ortiz: Al principio nuestro objetivo era que los miembros de la empresa se involucraran al máximo para poder llevar a cabo los objetivos planeados, los impactos planeados fue el orden, orden limpieza y estructuración, el impacto generado depende de la constancia que se le dé a lo elaborado. La idea de un sistema de costeo también estaba planeada pero por falta de interés de la empresaria no se realizó.

Corazón M: El mejorar la imagen de la organización ya que la empresa de acuerdo con el análisis inicial se detectaron problemáticas de mala organización, no estaban delimitadas las áreas de trabajo, había mucho desperdicio y por ende se reducirían en la implementación de la metodología 5s.

Alberto Siqueiros: No eran ni probables ni esperados, más bien eran desconocidos, el escenario donde trabajé es un proyecto nuevo en el PAP, no existía un histórico, ni un análisis previo, ni nada.

Mariana Ruiz: La mejora de la marca y el empaque, porque era

lo que Elizabeth necesitaba pues ya no podía seguir usando la marca del esposo, tenía que crear su propia marca e identidad.

Fernanda Malacara: Desde el principio nos plantearon el conocer de Tequila y el conocer más que la tequilera.

Gabriela Avilés: Era esperado el manual completo de identidad de la marca de las galletas y su empaque, y ambas tareas realizadas con éxito.

Juan Ramón: Ambos proyectos se esperaban poder realizar y obtener el éxito en la parte final del semestre. Todo se realizó según lo planeado y se lograron las expectativas.

Mariana Fernández: La idea era tener al principio todo definido para empezar la realización física de nuestras ideas para pronto poder fabricar productos y empezar a comercializar en la tienda. Mas todo es un poco lento por el protocolo y hubo varios cambios durante el semestre que nos frenaron un poco.

Nancy Franco: Se esperaba que a finales del este semestre se pudiera comenzar con la fabricación de mobiliario, compra de papelería para que el siguiente semestre pudiera estar por abrir este espacio, no se logró debido a protocolos, pero se alcanzó terminar con diseño de papelería y de interiorismo.

Jimena Moreno: Claro que había muchos más impactos que nos hubiera gustado generar, pero es muy difícil coordinar a la fundación, la gente del pueblo y nosotros mismos, pero lo que logramos eran probables y esperados desde el inicio del semestre.

*¿A qué grupos sociales benefició el proyecto?*

Ana Sofía: primeramente y de forma más directa a las artesanas que laboran diariamente en el taller, no obstante con el mismo grado de importancia, la empresaria se vio beneficiada al conocer y ver aplicada una metodología que facilita el trabajo en su fábrica.

Ernesto Ortiz: el impacto generado directamente fue a las trabajadoras ya que el área que se limpió, ordenó y adecuó fue la de producción por ende también la beneficiada es la empresaria al tener posiblemente una mayor eficiencia si es que se le da seguimiento.

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

Alberto Siqueiros: de grupo social en mi opinión únicamente a los

artesanos de Tequila, aun así ayuda en pequeña escala al pueblo entero.

Mariana Ruiz: Directamente se benefició Elizabeth y a su familia, así como fundación José Cuervo.

Estefanía: A las bordadoras de Tequila.

Fernanda Malacara: Artesanos, Turistas.

Gabriela Avilés: Se ve beneficiada Elizabeth, al contar con una identidad para su empresa y ahora sí unificar un solo concepto que comunica lo que ella vende. Y pueblo de Tequil ya que fluye su economía.

Juan Ramón: Al grupo de artesanos de Tequila, Don Migue e Ismael, los cuales se preocupan mucho por demostrar que el agave no es solo un Tequila, sino una medicina y una cultura.

Mariana Fernández: A los artesanos de la población de Tequila, Jal.

Nancy Franco: a los artesanos del pueblo de Tequila y FJC

Jimena Moreno: Todavía no se ve beneficiado nadie.

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

Ana Sofía: Considero que las artesanas comenzarán a replicar los pasos de la metodología en distintos espacios pues ellas estuvieron involucradas muy de cerca en todo el proceso; de esta manera asumo que su entorno se comenzará a ver afectado a su vez.

Ernesto Ortiz: al demostrar a la empresaria que se necesitan objetivos estables en la empresa para que la empresa avance y que ella comprendiera la razón de darle seguimiento espero que ayude al crecimiento de la empresa. También le dio a conocer la metodología de las 5s y esta se estuvo trabajando a la par con las trabajadoras y se espera que por ya tener la idea y práctica de cómo aplicarlas éstas sigan haciéndolo.

Corazón M: Se deja de carácter público un diagrama de problemas o de árbol, la metodología 5s y por otra parte unas ayudas visuales que espero sean útiles para la empresa y sus colaboradores.

Alberto Siqueiros: Una adaptación cultural, que encaja bastante bien con las costumbres del mercado de Tequila (habitantes y turismo). Me refiero a que los servicios profesionales que

ofertamos para ayudar solo son un panorama diferente que no necesariamente es el indicado pero da la posibilidad de que ellos vean ideas o realicen actividades que no harían si no estuviera el PAP, solo por las pequeñas diferencias en lo que hemos vivido ellos y nosotros y lo que estamos acostumbrados.

Mariana Ruiz: Una identidad de marca de buena calidad que podrá usar para vender sus productos como artesana dentro y fuera del pueblo de Tequila.

Estefanía: Ayudaron a abrirles un poco la mente a aquellas bordadoras que podrían ver esto como una fuente de ingresos y no solo como un hobbies. Además de darles a conocer el por qué es tan importante bordar cosas que identifiquen a su pueblo.

Fernanda Malacara: Arquitectónico y diseño.

Gabriela Avilés: Sí pues ayudamos a que Elizabeth lograra comunicar a través de nuestros diseños lo que es su producto, es un producto sano para el público ya que no contiene azúcar artificial que les daña a su salud.

Irma: Juan Ramón: Un intercambiador de calor para enfriar la pomada de Ismael, el cual optimizará el tiempo de producción de su producto.

Nancy Franco: No creo que el beneficio haya sido tanto de carácter público sino social ya que es la apertura de un espacio que pretende beneficiar económicamente a los artesanos de Tequila y de la región.

Ximena Moreno: Mis saberes profesionales no produjeron bienes públicos.

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

Ana Sofía: Considero que si bien las posibilidades de las artesanas son limitadas en relación a estudios y preparación profesional, la empresaria sí cuenta con herramientas para beneficiar su negocio, mismo que a su vez cuenta con un gran potencial de crecimiento.

Ernesto Ortiz: Las propuestas que se dieron para mejorar servirán si le da seguimiento y la empresaria tiene el conocimiento y herramientas para hacerlo.

Corazón M: Sí, ya que ayudamos en el orden y limpieza de la organización y por otro lado dejándoles la metodología para que

ellos sean capaces de implementarlo por su cuenta y se beneficien de ello.

Alberto Siqueiros: No precisamente, porque los que ayudan a grupos sociales son ellos mismos y la palabra “recursos” queda subjetiva ya que en mi opinión no tienes que tener “recursos” para generar bienes sociales. Los grupos mencionados son lo que terminan ayudando a que ayudes a generar los bienes sociales.

Mariana Ruiz: Aunque no es directamente, considero que sí ayudamos a grupos a disponer de recursos porque con una mejor imagen aumenta la venta y no solo se beneficiará Elizabeth sino también intermediarios.

Estefanía: Sí, a algunas bordadoras. Lo que estamos haciendo es ayudarlas a ver que esto puede ser una fuente económica para ellas, además de tratar de recuperar ésta técnica y enseñárselas a las nuevas generaciones.

Fernanda Malacara: Si, la Fundación de José Cuervo apoya a los artesanos desarrollar sus productos o proyectos sin generar algún bien. Nos tocó el diseñar el espacio donde ellos puedan vender sus productos, y darse a conocer.

Gabriela Avilés: No estoy segura.

Juan Ramón: Mis servicios profesionales ayudaron a que estos grupos sociales se dieran cuenta que no se necesitan muchos recursos económicos, para inventar un herramental que les puede optimizar tanto tiempo en la elaboración de sus productos.

Mariana Fernández: Correcto, la idea de esta materia es nuestra aportación de conocimientos para un beneficio social relativamente pequeño.

Nancy Franco: sí, ya que son servicios que para los artesanos suelen ser costosos y no se pueden poner como prioridad. Cabe destacar que nuestro servicio es para guiarlos, y aportarles otra forma de ver las cosas para que crezcan y puedan llegar más lejos y se pretende que después ellos continúen el camino por su cuenta si que requieran de nuestro apoyo.

Jimena Moreno: Toda la idea de PAP es que como universitarios contribuyamos, de alguna manera lo hice aunque no a gran escala.



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

Ana Sofía: De cierta forma, considero que sí.

Ernesto Ortiz: sí, si las mejoras persisten la eficiencia de la empresa puede mejorar.

Alberto Siqueiros: Sí claro, es un granito de arena más aportado al beneficio económico nacional.

Mariana Ruiz: Considero que al ayudar a los artesanos a tener una mejor economía, también ayudamos a la economía del país pues gran parte del dinero de México sale del turismo.

Estefanía: Claro que sí, ya que el producto es local, así que las ganancias de estos mismos se quedan dentro del país.

Fernanda Malacara:

Gabriela Avilés: Sí pues con nuestro diseño ayudamos a que Elizabeth venda más y ese dinero es un dinero que fluirá dentro del país.

Irma: sí, ya que el apoyo al comercio local hace que la economía del país mejore

Juan Ramón: Ayudé a reactivar la economía de dichos artesanos, los cuales con estas mejoras podrán crecer más fácil como empresas y así poder emplear a más gente en un futuro cercano.

Mariana Fernández: Aún no, pero sí va a ser parte de un punto de venta de productos locales de la zona en la que trabajarán personas locales del estado de Jalisco.

Nancy Franco: se espera que una vez que comience a funcionar la comercializadora apoye a los artesanos de la región a salir adelante y por consecuencia mejora su economía, la de Tequila y después del país.

Jimena Moreno: No, el proyecto en el que trabajé la mayoría del semestre aun no contribuye a la mejora de la economía del país.

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

Ana Sofía: Definitivamente sí son aplicables pues el concepto de las 5 S genera un estado de trabajo armónico, limpio y ordenado que inherentemente incentiva y facilita la productividad.

Ernesto Ortiz: Sí ya que el definir objetivos es necesario para

cualquier empresa y el uso de la metodología es usada para crear orden, limpieza para un mejor flujo en el área de producción.

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

Alberto Siqueiros: Por supuesto, por las metodologías de trabajo, la organización, la división de tareas, el trabajo en equipo y el exitoso cumplimiento de los objetivos.

Mariana Ruiz: Sí porque se pueden implementar los mismos conocimientos en otro negocio para mejorar la calidad de su imagen y productos.

Estefanía: Sí, porque no sólo ahorita voy a trabajar en algo así. Yo tengo en claro que trabajo es trabajo, y si después me piden apoyo en un trabajo parecido a este, estaría más que dispuesta en ayudar.

Fernanda Malacara: Si, dando a los artesanos las herramientas de poder explorar su capacidad les abre el mercado económicamente y socialmente.

Gabriela Avilés: Claro que sí, pues como diseñadores podemos aportar en cualquier área de la sociedad por ejemplo a otros artesanos hacer más tentadores sus productos para que generen más ventas.

Irma: Sí, porque se acoplan a cualquier situación, como el saber escuchar y cachar áreas de oportunidad.

Juan Ramón: Sí, porque el tipo de maquinaria y sistemas que se crearon son muy habituales en la vida diaria, desde los sistemas de los refrigeradores, como el sistema de activación de un sistema mediante un pedal.

Mariana Fernández: Sí, en este caso del PAP, es el ideal de comercialización local de cualquier lugar en el mundo

Nancy Franco: sí ya que es un apoyo que se le da a personas que no tienen posibilidad de pagar este tipo de servicios profesionales, que muchos profesionistas no tienen la conciencia de apoyar a personas en desventaja porque no quieren sacrificar el precio de sus servicios

Ximena Moreno: Sí, Tequila está rodeado de Artesanos que necesitan oportunidades como esta y hay muchas cosas que se pueden seguir haciendo.



*¿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?*

Ana Sofía: Creo que con el seguimiento que los futuros alumnos del PAP le den al proyecto será suficiente para que los cambios perseveren y se mantengan las mejoras.

Ernesto Ortiz: La misma empresaria deberá de darle seguimiento independientemente si los siguientes alumnos del PAP no lo hacen, estas medidas.

Corazón M: se espera que los mismo artesanos le den seguimiento independiente y si hay un apoyo trabajar en conjunto.

Alberto Siqueiros: es crear estructura, que el trabajo que aportas tenga durabilidad, para que los siguientes lleguen fortalezcan tu trabajo y aporten nuevas ideas, es un ciclo, a mí me pasó de la misma manera.

Mariana Ruiz: Hay que darle seguimiento no solo con promoción en el pueblo de Tequila y la tienda José Cuervo, sino también en redes sociales y tiendas de comercio justo dentro de Guadalajara y a lo mejor en un futuro en otros estados.

Estefanía: Considero que dejar un cronograma o un plan de trabajo les ayudará a los que sigan con este mismo proyecto.

Fernanda Malacara: Si, el diseñar espacios donde el cliente se puede desarrollar de las mejores maneras, y se den a conocer de una manera que refleja su esencia.

Gabriela Avilés: Ahora le falta a Elizabeth darse a conocer en Guadalajara, dejando sus productos a consignación en varias tiendas y por medio de redes sociales impulsar sus productos para que la gente los conozca y sepa donde puede adquirirlos.

Juan Ramón: Dando todas las especificaciones y explicando el funcionamiento del sistema, como es, qué hace, en qué ayuda.

Mariana Fernández: Estoy dispuesta a seguir en contacto para en un futuro si necesitaran cualquier aportación de mi conocimiento.

Nancy Franco: dándole seguimiento, a pesar de que ya no esté en el PAP, o una vez que salga de la carrera emprender un negocio donde se pueda trabajando con ellos y que ambos tengamos un beneficio equitativo. También heredar el conocimiento a diferentes grupos de personas que lo requieran.

Jimena Moreno: Lo más importante será que el proyecto se

conservar actualizado, a la vanguardia, es la clave de su éxito y es por lo que más hemos trabajado, que sea una comercializadora diferente y que llame a los turistas a conocer Tequila, los siguientes participantes de PAP deberán estar enterados de eso para cuidar que se conserve el proyecto.

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

Ana Sofía: Específicamente en relación al potencial no explotado me pareció impresionante darme cuenta de que los artesanos no tienden a aprovechar las grandes oportunidades de crecimiento que podrían potencializar su negocio.

Ernesto Ortiz: Me di cuenta cómo hay mucho talento por parte de los artesanos pero yo siento que en donde deben enfocarse es en su sistema de costeo, proceso de producción, capacidad antes de diseño de producto y de su establecimiento. Tiene mucho potencial en sus productos para competir en el mercado.

Corazón M: En el mundo podemos encontrar diferentes tipos de personas, unas que tienen una actitud que te contagian para seguir adelante, otras que solo esperan algo y no hacen nada. Hay muchas personas que necesitan ayuda, así como personas que están ayudando sin esperar nada a cambio, por esta razón mi percepción cambió ya que todos podemos ayudar, ser más solidarios con los que están alrededor de nosotros, porque todos necesitamos un poco de ayuda.

Alberto Siqueiros: Realmente no cambiaron mis supuestos sobre la realidad porque ya era muy consciente de ello y por lo mismo me metí desde un inicio a este proyecto, pero la visión sí, ahora mis decisiones y objetivos van dirigidos a un crecimiento social.

Mariana Ruiz: Yo ya tenía algo de conocimiento sobre cómo son las realidades sociales, pues acostumbro viajar casi cada 6 meses y no a lugares muy turísticos, sino a pueblos donde hay familias que en el mismo pueblo una puede tener apenas 2 focos de luz y la otra familia puede llegar a tener SKY. Así que sí les hace falta ayuda a los artesanos, no solo por empresas sino también por educación social.

Estefanía: Que no todos pensamos igual, pero que con aportaciones de los demás podemos llegar a hacer algo grande. Y

que a veces tenemos que hacer un esfuerzo extra para entender cómo son las personas y cómo saber tratar con ellas.

Fernanda Malacara: Primero sería construir el proyecto ya propuesto, luego el mantenimiento de la pintura la madera y el mobiliario, y cuidar el muro principal (con nuevas intervenciones). Gabriela Avilés: A que el contexto social y cultural de las personas cambia mucho de acuerdo a su región, que trabajar con artesanos puede parecer difícil al principio pero al final te ayuda mucho a ampliar tu panorama de posibles clientes con los que nos enfrentaremos en una vida futura no muy lejana.

Irma: Sí, el mundo es muy diferente a lo teórico, la teoría es básica para tener una referencia. Muchas veces lo planeado no sale como se esperaba y se necesitan tener planes alternativos. El saber manejar situaciones imprevistas es lo que te hace exitoso.

Juan Ramón: Sí, pienso que hay mucha gente trabajadora que lo que les falta es el conocimiento para poder realizar sus sueños de tener un gran negocio. Pero el optimismo y ganas de trabajar las tienen.

Mariana Fernández: No nos cuesta nada hacer algún tipo de servicio para las empresas locales. Para dar otra imagen a los extranjeros de que aquí sí hay calidad.

Nancy Franco: Es difícil cambiar la visión de la gente que está en desventaja como es en este caso con los artesanos y a veces es frustrante para nosotros pero con nuestro apoyo podemos aportar a una mejor calidad de vida y nos enriquecemos todos. Darme cuenta de la realidad del artesano en nuestro país es un reto complejo y muy pocas veces es apreciado.

Jimena Moreno: Constantemente está cambiando la forma en la que percibo la realidad y definitivamente con cada vuelta a Tequila había algo nuevo que observar y algo nuevo que tomar en cuenta.

## **Aprendizajes éticos**

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

Ana Sofía: Una de las decisiones más importantes durante el proyecto fue evaluar el compromiso de la empresa; una vez que determinamos continuar con los objetivos planteados al inicio y

sabiendo que la empresaria comprometería su que hacer con estos logramos fuimos capaces de colaborar en sinergia para impactar de forma positiva a Fibraz.

Ernesto Ortiz: Una de las decisiones tomadas fue el estar evaluando el interés de la empresaria hacia su empresa y a la aportación de nuestras ideas para poder dar seguimiento a los objetivos, una vez que aseguramos el interés, se empezó a trabajar en conjunto.

Corazón M: Las decisiones fueron tomadas en conjunto con el equipo de acuerdo a las necesidades de la empresa esto con la finalidad de alcanzar nuestro objetivo.

Alberto Siqueiros: Varias decisiones administrativas y de marketing que no me alcanzó el tiempo para ver las consecuencias, pero todas las decisiones fueron tomadas con investigación previa y con seguridad de que son correctas.

Mariana Ruiz: Las principales decisiones del proyecto fueron cómo trabajar con Elizabeth para que ella pudiera presentarle a su familia los cambios que le estábamos haciendo a su marca.

Estefanía: Llevar a cabo la metodología que he aprendido a lo largo de la carrera. Los trabajos escolares que he hecho con esta metodología han sido buenos, así que decidí llevar la misma, ya que ese es un camino previamente experimentado por los profesores que nos la enseñaron. Los resultados han sido buenos hasta el momento, aunque sinceramente siento que lo que habíamos planeado al inicio del semestre se cambió un poco. Ha sido un proceso lento, pero se que llegará a ser un buen proyecto.

Fernanda Malacara: Creo que una visión a la realidad de las cosas en el tema arquitectónico, por ser un proyecto con un presupuesto muy bajo, fue desarrollar proyectos de innovación y diseño con materiales reciclados y de bajo costo.

Juan Ramón: En momentos decidí cambiar de lugar de trabajo, ya que había distintas áreas en las cuales se me consultó sobre el cómo resolver ciertos problemas. Así como también acudí a otras áreas que no son las mías (como el diseño) para que se nos ayudara en la creación de un logo para la pomada de Ismael.

Mariana Fernández: Decisiones de diseño, creación de marca y tuvieron una consecuencia positiva, o eso espero, ya que varias de las ideas quedaron.

Nancy Franco: analizar las oportunidades que se podrían presentar

para la comercializadora, tomando en cuenta el contexto del lugar y dar una solución mediante el diseño para mobiliario de acuerdo a los requerimientos.

Jimena Moreno: Las decisiones siempre fueron en equipo y hacia el diseño y lo arquitectónico siempre tomamos en cuenta el presupuesto, el espacio y los clientes.

*¿A dónde me lleva, a qué me lanza o invita la experiencia vivida?*

Ana Sofía: tras colaborar en este proyecto de aplicación profesional me siento invitada a poner al servicio de comunidades mi saber profesional, colaborando tanto en voluntariados como en proyectos remunerados que concuerden con mis valores y busquen en su fundamento el bienestar social.

Ernesto Ortiz: siempre pensé en apoyar a grandes empresas, pero a partir de aportar en este proyecto me di cuenta que como profesionista e ingeniero tengo la capacidad de poner mi servicio a la comunidad en proyectos que tengan un bienestar social. Trabajar con artesanos me mostró otra cara de la moneda, hay muchas ideas y talento y quienes mejor que nosotros como profesionistas para ayudarlos.

Corazón M: Me invita a seguir apoyando a las personas, a seguir compartiendo mis pocos conocimientos y experiencias.

Alberto Siqueiros: A seguir con la filosofía del proyecto, en otras situaciones o proyectos.

Mariana Ruiz: Me invita a que siga trabajando en cosas sociales, pues se que puedo ayudar, también se que a la mejor no es fácil pues los artesanos suelen ser hasta cierto punto tercos porque es la forma de trabajar que han seguido por generaciones y el hecho de querer llegar y decirles como hacer las cosas de una manera en la que les ayude mucho en sus procesos es un reto.

Estefanía: A tomar en serio todos los proyectos. No importa que tan grandes o pequeños sean, la formalidad siempre es importante.

Fernanda Malacara: Prácticamente el diseño arquitectónico de la comercializadora, algunas consecuencias fueron el “gusto” de mis compañeros el tomar las críticas y junto con eso ya después desarrollar el proyecto donde todos estarían de acuerdo.

A conocer en todos mis proyectos a futuro el contexto de manera experimentada y más profunda.

Gabriela Avilés: A que hay veces que es satisfactorio ayudar a un grupo de personas que necesitan de tu trabajo sin esperar algo remunerable, que es más la satisfacción que se siente de haber aportado algo importante que una simple paga.

Juan Ramón: Siempre ser solidario con los demás. Hay que aprender a escuchar y aprender de la gente mayor, ya que llevan más experiencias que nosotros. (palabras de Ismael)

Mariana Fernández: A que si soy parte de una comunidad, siempre va a haber algo de lo que te gusta hacer, puedes hacer una pequeña aportación de tiempo y conocimiento.

Nancy Franco: A abrir mis posibilidades de trabajar en proyectos más sociales y a aportar al crecimiento social. Impactar de manera real y crear un beneficio a mi país.

Jimena Moreno: A seguir participando en proyectos de este tipo, que aun cuando egrese busque oportunidades de hacer proyectos, aunque se quede en lo conceptual.

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

Ana Sofía: Como proyecto profesional busco colaborar en el desarrollo de proyectos en el área social por lo que espero que las comunidades más vulnerables sean las beneficiadas por mi labor y que sea capaz de formarme como una profesionista que realmente colabore en la construcción de mundos más justos y más humanos.

Ernesto Ortiz: siempre he querido enfocarme en el bienestar social, por eso es que tomé este proyecto profesional.

Alberto Siqueiros: No es un método definitivo, más bien mi experiencia del PAP es una aportación fuerte en mi estilo de trabajo que se complementa con experiencias anteriores, y lo hará también con las futuras experiencias.

Mariana Ruiz: Yo ejerzo mi profesión dentro de una empresa muy grande, pero quiero llevar como proyecto de vida el poder seguir ayudando a comunidades y/o personas que lo necesiten.

Estefanía: La satisfacción de ayudar a los demás es gigantesca, pero aún no se si me quiero enfocar en esa. Me gustan los proyectos grandes y que se note lo que hago. Este semestre sentí que empezamos a un buen paso, y que al final nos estancamos

por los tiempos y sentí que de diseño no hice tanto.

Fernanda Malacara: Arquitectos, Diseñadores, Mercadotecnia.

Gabriela Avilés: A personas que no solamente se desenvuelven en mi círculo y contexto social, sino abrir mi campo y panorama pues hay muchas personas afuera que necesitan de nuestros recursos y es enriquecedor trabajar para ellos, ya que tienen puntos de vista muy diferentes a los nuestros.

Irma:

Juan Ramón: Me gustaría poder seguir con la carpintería en la cual me gustaría hacer muebles los cuales les puedan servir a este grupo de personas, las cuales solo necesitan de un pequeño apoyo o consejos. los cuales los puedan llevar al éxito.

Mariana Fernández: A cualquier cliente que se me acerque y siempre promoviendo los valores que me ha impartido la universidad.

Nancy Franco: Espero que para la gente de mi país y apoyar a personas en desventaja.

Jimena Moreno: Siempre con la educación jesuita, tomando en cuenta los valores que el ITESO trata de infundir en nosotros los estudiantes, y sea cual sea la oportunidad de trabajo que me den pues buscar colaborar en proyectos así.

Aprendizajes en lo personal

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

Ana Sofía: Desde el autoconocimiento el PAP me aportó aprendizajes respecto a mi tendencia para el trabajo en equipo, a mi tipo de liderazgo y logré identificar el tipo de respuesta que presento frente a la frustración y el cambio.

Corazón M: En primer lugar, en poner en práctica mis conocimientos adquiridos durante mi carrera, el ser tolerante, en trabajar en equipo, el conocer mi propia capacidad en resolución de problemas, que para conseguir algo no es tan fácil ya que todo lleva un proceso, saber cómo involucrarnos con las diferentes personas, hay que tener mucha paciencia en los proyectos, ser perseverantes, con compromiso si se puede lograr objetivos.

Alberto Siqueiros: Una oportunidad de aplicar lo que ya sabía en teoría, a partir de lo que me han enseñado en el ITESO.

Mariana Ruiz: Este PAP me aporta conocimientos en su mayoría

sociales, lo que más pude trabajar en este proyecto de una manera muy personal es la constancia y la paciencia que hasta cierto punto se debe de tener para poder llevar a cabo un proyecto y en cuanto a mis conocimientos de diseño, fue una muy buena práctica, tenía tiempo sin hacer un proyecto así.

Estefanía: Me dio más que nada seguridad y confianza que lo que hago lo hago bien. Ha sido todo un proceso, pero con esto puedo sentir que cuando salga de la carrera, podré tomar decisiones de una manera más segura, ya que las decisiones que he tomado en el PAP yo se que puede afectar a otros, tal cual es en la vida real, y no como en la universidad, que lo único que se ve perjudicado es tu promedio.

Gabriela Avilés: Que con nuestro trabajo y esfuerzo se pudo entregar un buen resultado que ayudará a una pequeña parte de la sociedad y fluirá un poco más la economía local de un lugar gracias a nuestro trabajo.

Juan Ramón: La experiencia de tratar con mucho tipo de gente desde los artesanos como compañeros de diferentes disciplinas, los cuales te demuestran que cada persona es un mundo diferente y que hay que saber escuchar y aprender de los conocimientos de los demás.

Mariana Fernández: El que quiere puede, es mucho el quitar las barreras de miedo de no alcanzar o poder llegar a una meta, no tener miedo de decir lo que piensas.

Nancy Franco: Mis alcances y limitaciones y que siempre se puede aportar algo que impacte de manera positiva a alguien. La importancia de ayudar.

Jimena Moreno: En realidad no aumentó el conocimiento de mi misma.

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

Ana Sofía: Colaborar en un contexto distinto aportó en mi una perspectiva distinta sobre la gestión empresarial y sobre modelos de negocio locales que comercializan productos artesanales que además de representar un ingreso para la comunidad también forman parte de su propia identidad colectiva .

Ernesto Ortiz: el estar trabajando en con este tipo de diferentes

empresas enfocadas a un mercado más pequeño me da una perspectiva diferente sobre los métodos de producción, la gestión y sistemas de costeo. También me pude percatar que los artesanos necesitan el apoyo de profesionistas o instituciones para capacitarlos y guiarlos para que su producto compita en el mercado.

Corazón M: Que todo mundo tiene su forma de vida, ya sea costumbres e ideología. También que unos viven más acelerados que otros, hay que ser más solidarios.

Alberto Siqueiros: Es un proyecto muy completo, con diferentes disciplinas que encajan muy bien con otras, la coordinación da para que los participantes del proyecto simpaticen uno con el otro muy bien, avanzando en sincronía con los demás.

Mariana Ruiz: Mas que conocer y reconocer, es aprender a respetar, creencias y tradiciones que otras personas llevan en su vida.

Estefanía: Me dio conocimiento para poder respetar también el trabajo de los demás. No es que unos hagan poco y otros muchos, sino que cada uno hace lo posible y lo mejor de acuerdo a sus posibilidades.

Fernanda Malacara: Que Tequila es más que la zona turística de tomar y comer, es un pueblo lleno de experiencias y aventuras, campo, urbano, música, gastronomía etc.

Juan Ramón: Me dio historia. Me dio cultura y conciencia entre el cómo se hacían, como se hacen las cosas. Y que es lo verdaderamente artesanal en hacer algo.

Mariana Fernández: Diferentes personas, son mundos completamente distintos, todos tenemos algo que aportar y juntos hay mucho más valor que trabajar como individuales.

Nancy Franco: Que trabajando juntos podemos lograr grandes cosas juntos para crear un gran desarrollo social y siempre podemos aportar algo.

Jimena Moreno: LA oportunidad de salir de mi universidad, eso me encanto del PAP, conocer otro contexto no tan lejano al mío y saber vivir las diferencias.

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

Ana Sofía: El PAP me aportó herramientas para colaborar de forma multidisciplinar tanto con mis compañeros de otras carreras como con las artesanas y empresaria. Comprendí la importancia de la escucha activa, del diálogo y de la atención real de las necesidades identificadas dentro del equipo de trabajo para que este logre resultados benéficos.

Ernesto Ortiz: No había trabajado en proyectos profesionales con personas diferentes a mi profesión, el poder aprender de diversas disciplinas y convivir con mis compañeros fue una gran experiencia. La comunicación asertiva dentro del equipo es clave para que los objetivos se lleven a cabo.

Corazón M: Lo más importante para poder involucrarnos es tener respeto hacia las personas, ser responsable y sobretodo una buena comunicación en el equipo.

Alberto Siqueiros: Es una primer prueba de la realidad, las decisiones que tomas ya tienen consecuencias, son cuestionadas y tomadas en conjunto.

Mariana Ruiz: Creo que me ayudó a convivir con personas que no son de mi carrera de una forma profesional, porque aunque tengo amigos de otras carreras, jamás me había tocado trabajar a la par con diferentes profesiones.

Estefanía: Dándome compañeros de trabajo. Gracias a esto, me doy cuenta que no hay ideas tontas, sino que hay que aprender a respetar cada una de ellas, ya que todos tenemos diferentes puntos de vista. Es necesario ponerte de acuerdo con tus compañeros de trabajo para que los diseños luzcan como si los hubiera hecho una misma persona.

Fernanda Malacara: Llevándonos a conocer el pueblo de todas maneras y con distintas personas cada vez nos abrió a conocer las diversidades de la sociedad.

Gabriela Avilés: A que en la sociedad existen diversos grupos con diversos contextos culturales diferentes.

Juan Ramón: Me ayudó dando experiencias en las cuales la convivencia con diferentes tipos de personas de diferentes índoles sociales, las cuales tienen una forma de pensar y de convivir.

Mariana Fernández: En un lugar tan cercano, conocer diferentes



situaciones de vida y estar dispuesto a dar tu conocimiento para un bien en común. Para mi fue un orgullo formar parte de un trabajo social relacionado con mi país, sus costumbres y dar un paso hacia adelante.

Nancy Franco: El trabajo en equipo es importante, comprender mediante la escucha cuales son las necesidades que existen en nuestro entorno, y así generar propuestas y oportunidades en donde trabajar.

Ximena Moreno: Con el trabajo conjunto que siempre hacemos, y con la oportunidad de involucrarnos tanto con la Fundación como con los artesanos.

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

Ana Sofía: Reafirmé mi vocación hacia el servicio de comunidades en condiciones de vulnerabilidad y la importancia de la aplicación de la profesión en la construcción de una sociedad equitativa y justa.

Ernesto Ortiz: la importancia de ayudar y contribuir en las áreas de la comunidad donde mi capacidad y conocimientos alcancen.

Corazón M: Que hay mucho para aprender y la mejor manera de aprender es practicando nuestros conocimientos, así como el compartir las diferentes experiencias que tienen las personas. Por otra parte, siempre hay obstáculos en el camino, pero también siempre habrá una solución.

Alberto Siqueiros: lo importante que es que el trabajo sea reconocido, que lo que haces es por un motivo y no en vano, que cada decisión es una pieza más de una estructura.

Mariana Ruiz: Pude darme cuenta de que puedo llevar esto en mi vida de una manera mas fuerte, no solo decirlo, sino hacerlo y también reafirmé el porqué estudié diseño, el hecho de trabajar y disfrutarlo es lo mas importante al elegir una carrera y creo que lo hice de la forma correcta.

Estefanía: Que no hay proyecto chico o grande, sino que cada uno de ellos debe ser hecho con el mismo esfuerzo y dedicación. La metodología llevada a cabo es muy importante, y creo que un calendario funciona súper bien para la correcta realización de algún proyecto. Todo es por tiempos, y si lo llevas a cabo a tiempo, el proyecto va estando de la mejor manera posible.

Fernanda Malacara: Aprendí como darle la oportunidad a un cliente en este caso los artesanos por medio de la arquitectura, para que puedan explorar y ver todo lo que son capaz y poder exponer su talento.

Gabriela Avilés: Aprendí que todas las personas son un pequeño mundo, y que trabajar con artesanos es un mundo que realmente no conocía, me ayudó a ampliar mi visión y ver las cosas desde otra perspectiva, ahora más que nunca creo en la importancia del consumo local para el beneficio no solo de una región sino de un país.

Juan Ramón: Aprendí que es bueno enseñar y compartir lo que sabes, porque solo así se logra trascender como sociedad, hay que saber escuchar y trabajar en equipo.

Irma: Hay que ver por nuestros mercados locales, que sí se puede y tenemos toda la capacidad en nuestras manos para lograr y comunicar lo que queramos en cuanto al diseño.

Nancy Franco: la importancia y la riqueza del trabajo colaborativo aplicando y aportando con mis conocimientos y aprender al mismo tiempo de lo que los demás tienen que aportar para enriquecer este conocimiento.

Jimena Moreno: La importancia del trabajo inter disciplinario y la comunicación tanto con compañeros como con clientes.

## **5.5 Reflexiones por parte de los docentes**

Este fue el cuarto semestre en el que apoyamos a los artesanos del agave en Tequila. Desde el semestre de verano se sumó a nuestros contextos de intervención el proyecto de una Comercializadora Social, proyecto que impulsa la Fundación José Cuervo para beneficiar a los artesanos y a los pequeños productores de la región para que puedan comercializar sus productos de manera segura y justa.

A base del inicio del proyecto de verano se desarrollaron ahora todos los elementos de la marca de la tienda, el proyecto arquitectónico de la misma con las propuestas de muebles para los interiores y la propuesta para un mural en el muro conjunto a la tienda. Este mural servirá para visibilizar más la tienda que es una finca muy chiquita.

Este proceso se llevó a cabo en conjunto con Sonia y Margarita,

las directivas de la Fundación José Cuervo y tenemos mucha esperanza que para principios del siguiente semestre se realice y se materialice este proyecto. Lo que sigue siendo un pendiente en este proyecto es cómo involucrar a los artesanos y a los pequeños productores en este proyecto para que le encuentren sentido y apropien el lugar. El planteamiento es invitarlos a la pintada del mural al inicio del próximo año, para que se sientan parte del proyecto.

En este semestre finalmente pudimos concluir con la construcción del tejabán en la casa de Don. Miguel, se consiguieron materiales donados y en desuso, con los cuales en conjunto con ellos se realizó la construcción del techo. Durante el proceso hubo una muy buena respuesta por parte de Don. Miguel y su hijo Willy, la coordinación fue muy buena y ellos cumplieron con la preparación del lugar, la levantada de un muro pendiente y los materiales para la cimentación de los postes del techo. El siguiente semestre se dará seguimiento a este proyecto para definir el uso y el modo de almacenamiento de los quites.

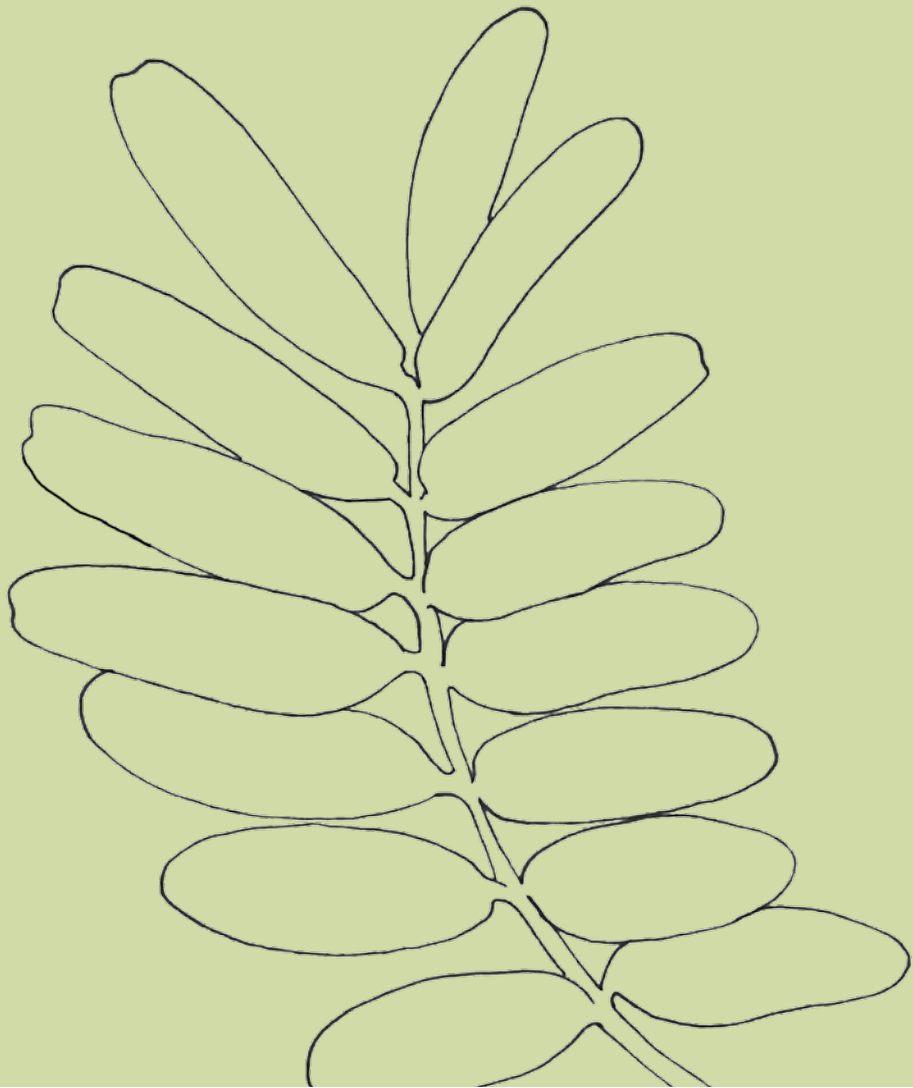
Se organizó un encuentro con bordadoras de Tequila con una muy buena asistencia y detectamos muy buenas técnicas y habilidades en ellas. Sin embargo muy pocas están realmente interesadas en entrar a un proceso de innovación tanto de técnicas como del diseño mismo en los productos, por lo que vemos pocas posibilidades que se pueda desarrollar una colectividad con este fin. El semestre que entra se evaluará la posibilidad de intervenir con bordadoras jóvenes en algunos pueblos de la región, las cuales expresaron mucha necesidad de entrar a un desarrollo integral económico y de diseño.

Con el jimador Ismael se llevó a cabo un proceso de análisis de sus procesos de producción y de realización de marca para su producto de la pomada del jimador. Los alumnos se dieron cuenta en qué condiciones precarias está produciendo Ismael y en proporción a sus necesidades diseñaron un aparato que le va a ayudar a enfriar su mezcla de la pomada con pocos recursos. La marca le va a ayudar a poder comercializar su producto y esperamos que esto le ayude para crecer y mejorar poco a poco sus condiciones productivas.

Otra intervención que se llevó a cabo, fue con la repostera Elizabeth, la cual tiene muchas dificultades en encontrar su

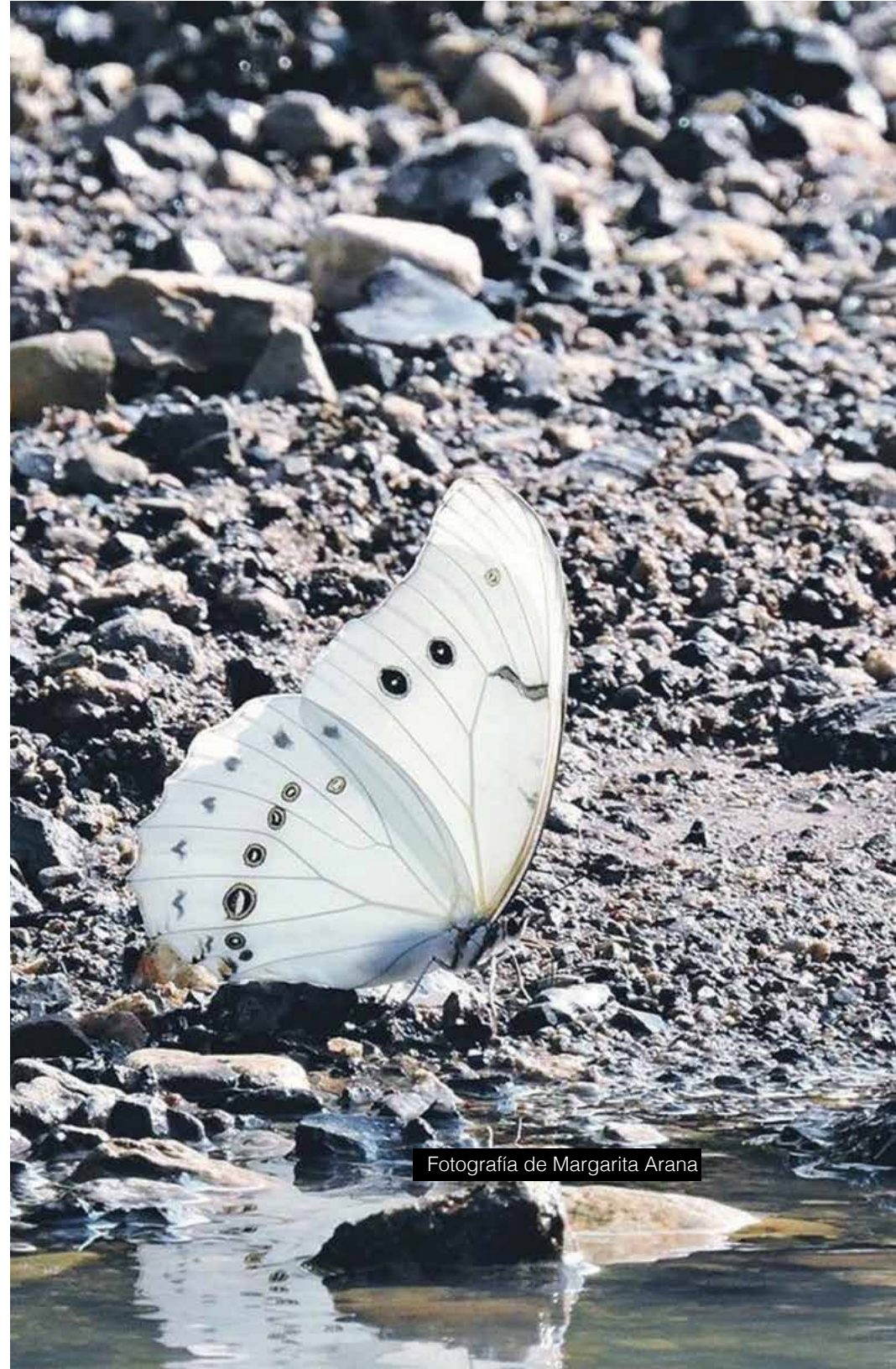
independencia en cuanto a su familia política, la cual ha limitado su crecimiento profesional y productivo. Su marca tiene un diseño que consiste en muchos logotipos, los cuales han sido una sumatoria de opiniones múltiples por parte de la familia y no funcionan para el posicionamiento de su marca. A raíz de este análisis se desarrollaron en conjunto con ella herramientas que le puedan ayudar a fortalecer la argumentación sobre sus propios gustos y decisiones respecto a su marca. Fue un trabajo difícil pero creo que se logró un buen proceso de apropiación por parte de ella de estos elementos y herramientas, y ella logró definirse por una de las propuestas, dispuesta además de registrar la marca como una marca independiente suya. El aprendizaje por parte del equipo fue importante en comprender que en muchos casos, el desarrollo de los artesanos depende no solamente de ellos, de sus técnicas y saberes, sino además de un tejido social (familiar), cultural y económico complejo dentro del cual están sumergidos. En FIBRAZ hubo en este semestre un trabajo muy enfocado hacia el ordenamiento del espacio productivo y para eficientar las acciones en cada etapa de la producción. En conjunto con Norma y su empleada se llevó a cabo una limpieza del lugar y se empezó a instaurar la metodología de las 5 S's para generar una cultura operativa más ordenada e informada. Después de un inicio un poco difícil en cuanto al compromiso y la dedicación de tiempo al proyecto por parte de Norma, se platicó con ella y se pudo llevar a cabo la mayor parte de las acciones en conjunto con ella y esperamos que las modificaciones en la fábrica produzcan frutos en cuanto a una mayor organización y productividad. Me gustó mucho la respuesta por parte de los alumnos en cuanto a las dificultades iniciales, no se rindieron y lograron a implicar a Norma de nuevo en el proceso.

Con todos los alumnos se vio mucha disposición y entrega con los artesanos y con el proyecto de la comercializadora. En sus reflexiones y los análisis que realizaron se nota mucha capacidad de empatizar con contextos adversos, poco conocidos para ellos. Todos mostraron mucha sensibilidad para escuchar al otro y generar relaciones humanas con mucho respeto. Además lograron implementar su saber profesional con mucha humildad y tacto en interrelación con los saberes de los artesanos.



# Capítulo VI

## Conclusiones y Recomendaciones



Fotografía de Margarita Arana

## 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 eficientar 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 años 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 y de los procesos mismos de los artesanos.

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 esta cuarta intervención se logró ampliar los escenarios de

intervención con sus respectivos análisis sobre la situación de los artesanos. Se ampliaron las metodologías en el proceso de intervención con los artesanos, incluyendo miradas nuevas desde la mercadotecnia y las ingenierías. La aplicación del conjunto de metodologías 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 de sus procesos por mejorar. Se desarrollaron en conjunto con los artesanos productos innovadores, que intentan poder abrir nuevos mercados y en consecuencia una mayor comercialización y divulgación. La mejora de los procesos logró sentar las bases para una manufactura más eficiente tanto en tiempos como en recursos. En el caso de Don Miguel, el artesano que trabaja con la madera del quiote, se logró construir un espacio de almacenamiento y de trabajo para crearle una mejor y más segura condición de producción.

Otro escenario que se abrió desde el semestre pasado, la creación de una comercializadora social “Región Azul” por parte de la Fundación José Cuervo, ayudará para informar y divulgar sobre las artesanías del agave y sobre la gran variedad de productos alimenticios que se están elaborando en toda la región del Municipio de Tequila. Además generará un escenario de comercio social y justo para los pequeños productores de la región. Para este proyecto era indispensable la sensibilización por parte del equipo acerca de la diversidad de la flora y fauna de la región, y para poder plasmar esta riqueza en la propuesta de proyecto de marca de la comercializadora.

## 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 producción de un buen “stock” de productos para poder surtir la tienda y entrar a los procesos de validación en el caso de algunos artesanos.

Será indispensable que la Fundación gestione los recursos para la realización del proyecto para poder darle seguimiento en conjunto a todos los procesos. En esta siguiente etapa será importante

tratar de involucrar a los artesanos y los pequeños productores para que logren apropiarse del lugar de la comercializadora y que vean las posibilidades de comercialización que les puede abrir este lugar.

Como inicio de actividades se tiene planeado elaborar un mural que se integra a la fachada del predio de la tienda y el cual lleva las ilustraciones sobre la variedad de la flora y fauna de la región, en muchos casos ingredientes para la producción gastronómica de la región. La intención es que los artesanos de sus propias manos en conjunto con los alumnos elaboren este mural, ya que algunos de ellos participaron en las salidas al campo y nos enseñaron las plantas y los frutos.

En el caso concreto de Don. Miguel se recomienda seguir con el proceso en su nuevo espacio, elaborar con él un sistema de almacenamiento para sus quiotes y para su nueva área de trabajo. En esta etapa de trabajo se podrán definir y eficientar sus procesos.

La iniciativa con las bordadoras de Tequila tendrá que replantarse en el sentido de encontrar bordadoras que realmente tengan la necesidad y el interés hacia un desarrollo para mejorar sus metodologías y su microeconomía. Ya se contactaron algunas jóvenes de pueblos aledaños que están interesadas.

En FIBRAZ será importante seguir con el proceso de la implementación de los 5's para que logre construir sentido en los operadores. Sigue quedando pendiente la implementación de un mejor sistema administrativo que le pueda ayudar a Norma en poder planear sus procesos, costos y tiempos.

Elizabeth, la repostera, está a penas empezando a crear su propia marca y de independizarse de su familia en cuanto a su negocio. Será también importante apoyarla en este proceso y seguir con las aplicaciones de su marca a todos los elementos necesarios y planear en conjunto con ella una estrategia de comercialización abriendo mercado en Guadalajara.



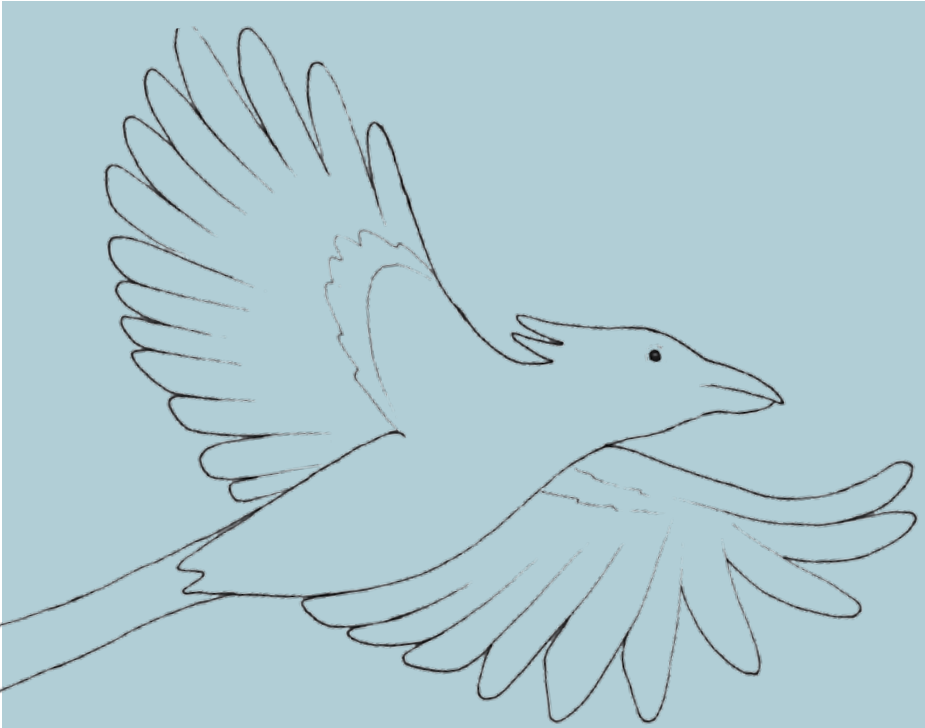


# Referencias Bibliográficas



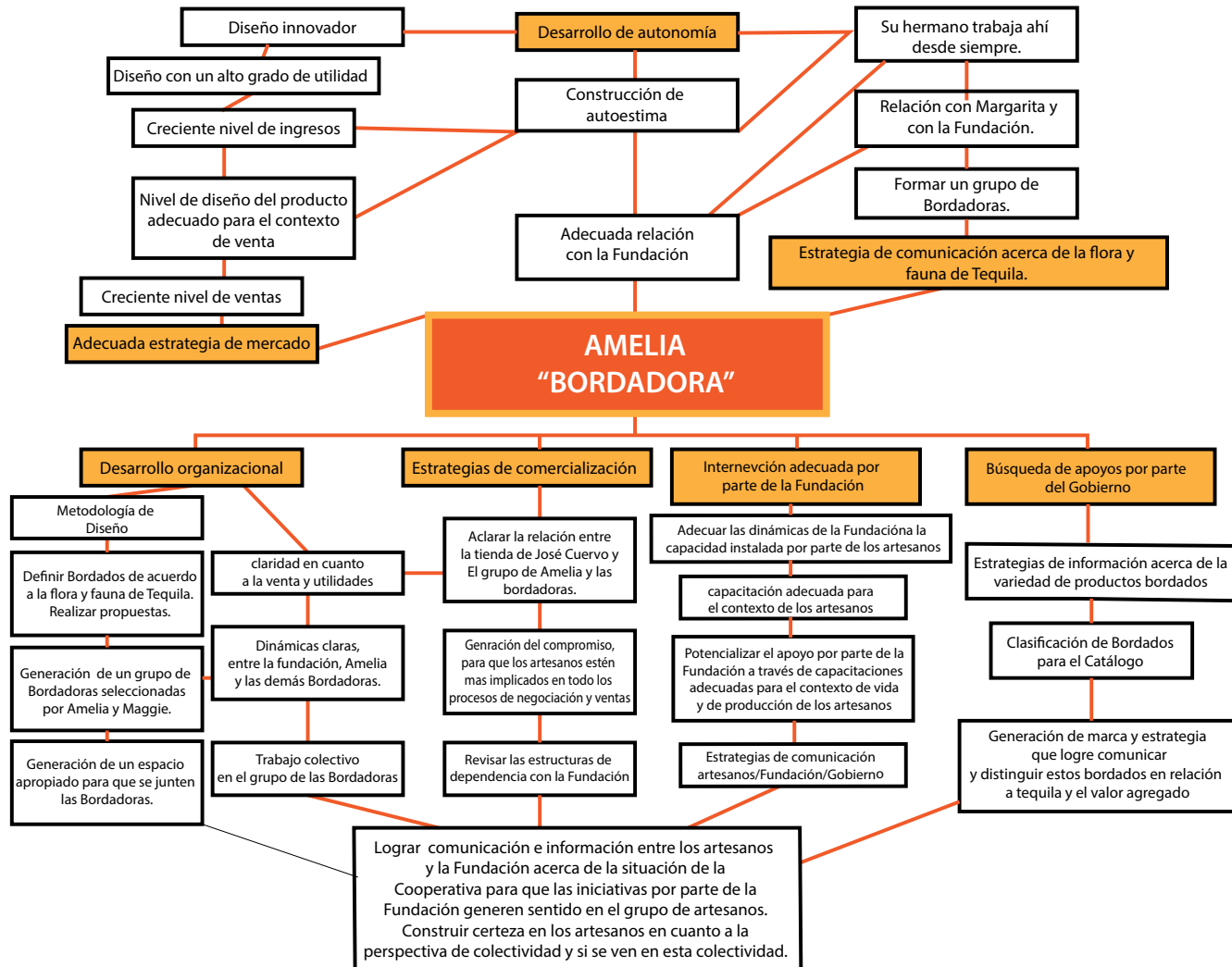
- <http://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/Tequila.pdf>  
IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco con base en INEGI, censos y conteos nacionales, 2010-2015
- Artes de México, (2008). "El Tequila, Arte Tradicional de México". *Artes de México, No. 27*.
- Artes de 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: [h p://digitalcommons.calpoly.edu/focus/vol8/iss1/7](http://digitalcommons.calpoly.edu/focus/vol8/iss1/7)
- UNESCO/CCI (1997), Simposio "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera". Manila. Rrecuperado 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>
- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Facultad de Ingeniería, División de Ingeniería Mecánica e Industrial. 2009-2010.  
[http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera\\_historia\\_rev\\_ind.html](http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_rev_ind.html)
- Unesco. Encuentro entre diseñadores y artesanos. Guía práctica. 2005  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001471/147132s.pdf>
- Eduardo Barroso. (2011). Diseño y artesanía. "Los desafíos de la artesanía en los países del Cono Sur: Excelencia y Competitividad", 1, 49, 50. 22/08/17, De Coordinador general de Recursos Humanos de CNPQ.
- <http://eleconomista.com.mx/finanzas-publicas/2012/05/23/publican-ley-economia-social-solidaria>
- <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario/231-programa-nacional-de-microempresas>
- [http://www.economiasolidaria.org/comercio\\_justo](http://www.economiasolidaria.org/comercio_justo)
- <http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/cultura/vivi-cultura-artesania/y-global>
- Origen y aplicación de las 5 S's:  
<http://www.ipn.mx/dse/intra/Documents/pdfs/Material5s.pdf>
- Viñas, J. (Septiembre de 2016). E-Consulta. Obtenido de:  
<http://www.e-consulta.com/nota/2016-09-07/sociedad/artesanos-pade-cen-discriminacion-y-su-trabajo-es-subvaluado-lamentan>
- Federal, G. (2013). Vertigo Politico. Obtenido de:  
<http://www.vertigopolitico.com/articulo/18640/Empleo-informal-10-de-sus-consecuencias-y-desventajas>
- Emrendepyme. (2013). Obtenido de:  
<https://www.emrendepyme.net/las-consecuencias-de-trabajar-sin-contrato.html>
- La Voz de Houston. (2017). Obtenido de:  
<http://pyme.lavoztx.com/los-efectos-de-una-alta-rotacin-de-personal-en-las-compaas-9194.html>
- El horticultor. (2017). Obtenido de:  
<https://elhorticultor.org/2014/07/13/soda-caustica-usos-e-impac-to-en-el-medio-ambiente/>
- Soto, B. (2014). Gestión. Obtenido de:  
<https://www.gestion.org/rsc/30816/principios-del-metodo-de-las-5s/>



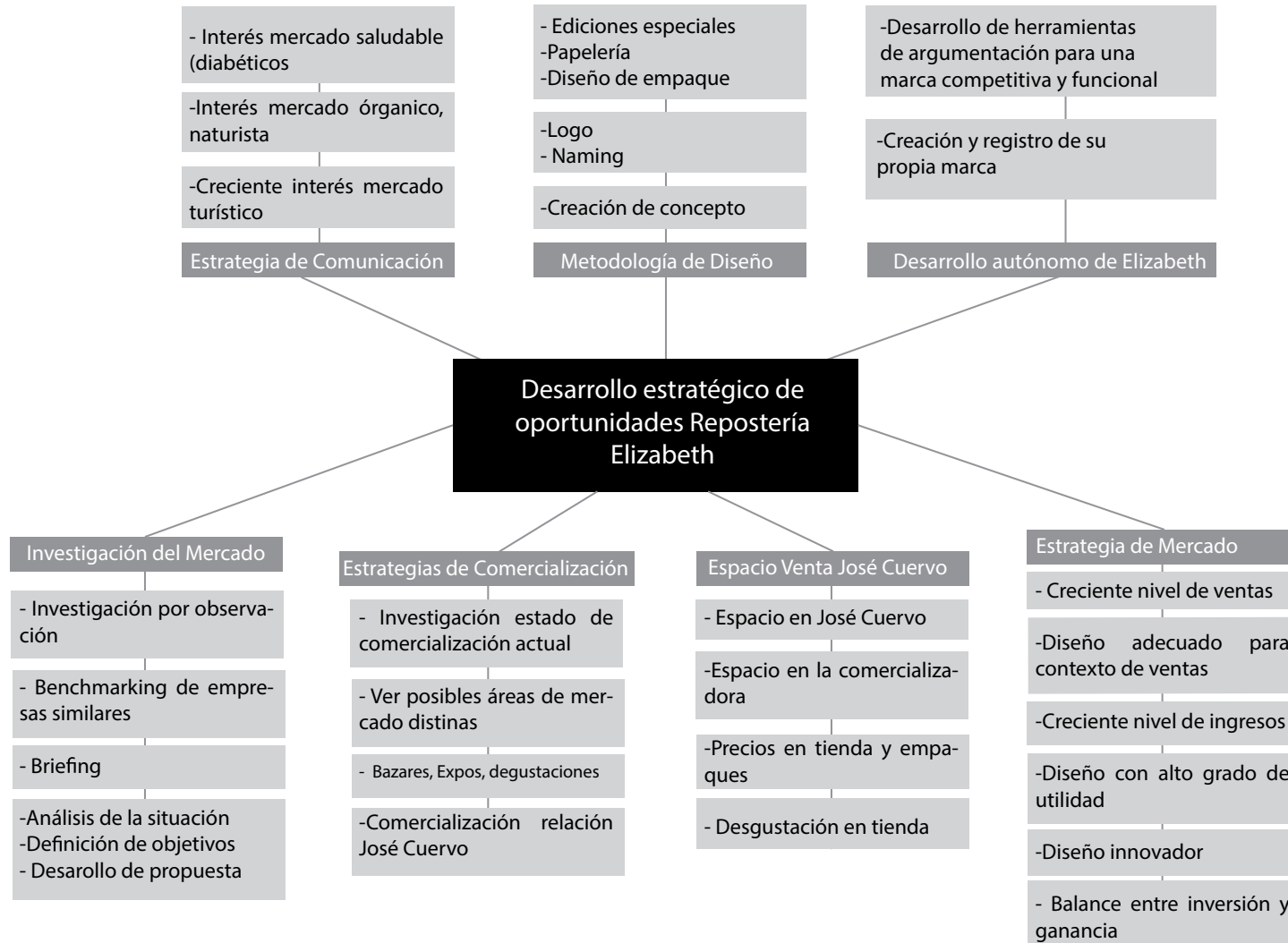


# Anexos

### Arbol de Oportunidades / AMELIA Bordadora



## Desarrollo Estratégico de Elizabeth / Repostería



Elizabeth

septiembre de 2017

dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb
27	28	29	30	31	1 de sep	2
3	4 Investigación etiquetado Norma	5	6 brainstorming naming	7	8	9
10 árbol de problemas	11	12	13 moodboard sugerido moodboard hecho x ely ver empaques Mejora de procesos	14	15	16
17 Trabajar sobre el naming	18	19 Investigación de mercado visitar COSECHA av. patria	20 Análisis foda y oportunidades	21	22	23 Investigación de mercado visitar COTIDIANO
24 Propuestas naming definidas Bocetos logo	25	26	27	28	29	30
1 de oct	2	3	4	5	6	7

octubre de 2017

dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb
1 de oct	2 Propuestas naming definidas Bocetos logo	3	4 Definir 3 logos y digitalizarlos	5 Selección de LOGO	6	7
8 Manual de identidad del logo	9	10	11 hacer etiquetas p/ distintos productos -Definir 3 propuestas de empaque	12	13	14
15 Investigación costos del empaque	16	17	18 Dommy empaque y etiquetado, DEFINIR	19	20	21
22 Manual de etiquetas	23 Diseñar display	24 Cotizar display	25	26 Aprovar empaque, etiqueta y display	27	28
29 Producción	30	31 Día de Todos los Santos	1 de nov	2 papelería básica	3	4
5 Llenar solicitudes para comercializar en distintos puntos de GDL	6	7	8 Comercialización	9	10	11

Manual de Identidad Corazón Agave



1



2



3



4



5



6



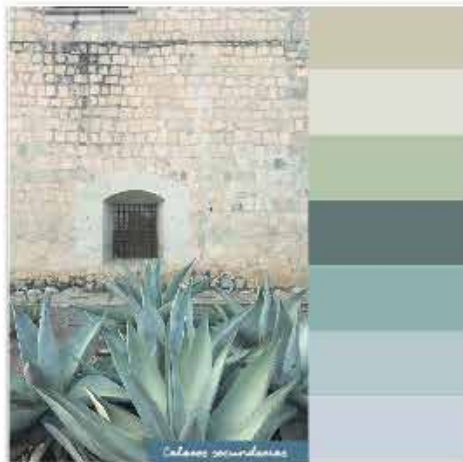
7



8



9



10



11



12



Etiquetas circulares

13



Tipografías

14



Tamaños: más y más

15



Correcto e incorrecto

16



Correcto e incorrecto

17



Gráficos auxiliares

18



Papaloa Edicia

19



Papaloa Edicia

20



Aplicación corporativa

21



22



23



24



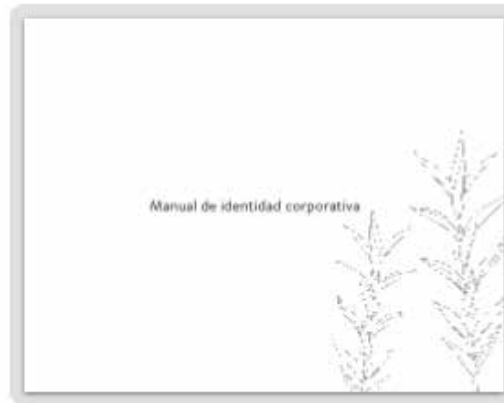
25

## FIBRAZ oportunidades

Área Funcional	Oportunidades	Impactos
Recursos Humanos-sofi	Organigrama no conocido por los colaboradores	Mejor flujo y administración en área de trabajo pues las responsabilidades están plasmadas claramente
	Mandos medios difusos	Mejor flujo y administración en área de trabajo pues las responsabilidades están plasmadas claramente
	Falta de iniciativa por parte de los colaboradores	Aceptarían los cambios y se evolucionaría hacia el desarrollo de la empresa
	Medidas de seguridad limitadas en el espacio de trabajo	Los riesgos latentes se minimizarían
	Falta de especificaciones visuales de productos peligrosos y su manejo	Los riesgos latentes se minimizarían
	Uso no obligatorio de equipo de seguridad	Los riesgos latentes se minimizarían
	Contratos inexistentes	Acuerdo legal sobre condiciones de trabajo que amparan tanto al empleado como al patrón
	Horario definido de trabajo no se respeta	Estructura laboral formal
	Estructura laboral flexible, permisiva e informal	Estructura laboral formal
	Colaboradores no dados de alta ante el IMSS	Compromiso por parte de los colaboradores al percibir que la empresa busca su bienestar
Trabajo de menores de edad no regulado con permisos	Ausencia de riesgos legales	
Producción-corazon	Orden y limpieza escaso	Mejorar el entorno laboral
	Herramientas insuficientes y rudimentarias	Reduce el tiempo de producción, facilita el trabajo para los colaboradores
	Proceso no estandarizados (producto con o sin control de calidad)	Todos los productos siempre iguales (hay un control)
	Capacitación empírica y destructurada	Mejor adaptación en los diferentes areas de trabajo
	Desabasto de materia prima (controles de inventario desactualizados)	No hay paros por faltante de materia prima
	Capacidad de producción definida de forma incierta	Adquisición de compromisos certeros hacia la producción
	Proceso de secado lento con el que no se abastece la demanda	Incremento de productividad, cumplimiento con pedidos de clientes
	Entregas tardías	Satisfacción del cliente así como de la empresa
	No se maneja inventario de seguridad de MP o PT	Entregas tardías al cliente / Pérdida de ventas
	Espacios de almacén no definidos	Espacio para cada producto y tener control de ellos
Proceso ineficiente que cuenta con desperdicios	Aumentar la capacidad de proceso	
Finanzas	Se desconocen los costos exactos de los productos finales	Margen de utilidad verídico y confiable
	Control contable poco certero	Información aprovechada para análisis
	Facturación imprecisa	Controles confiables
Administración - ernesto	Falta de planeación/ objetivos a corto, mediano y largo plazo	Crecimiento desestructurado
	Desorganización de tareas	Controles y seguimiento caótico
	Seguimiento esporádico - inexistente	Controles y seguimiento caótico
	Visión escasa hacia el potencial crecimiento de la empresa	Poco crecimiento
Mercadotecnia-ernesto	Promocionar productos	Darse a conocer/mayores ventas
	Ventas inestables	Balanceo de Lineas (tiempos de producción más estables)
	Actualizar paginas de facebook	Nuevos clientes/ más seguidores
	Servicio de post venta sin objetivos claros e importancia comprendida	Desconocimiento de opinión de clientes sobre el producto y atención a quejas o compensaciones no eficiente
	Actualizar catalogos	Posible nuevos clientes/más ventas
	Registro de ventas no utilizados para pronósticos	Las ventas históricas no se utilizan para planear a producción futura
Seguimiento a ventas discontinuo/ineficiente	Pérdida de ventas	



1



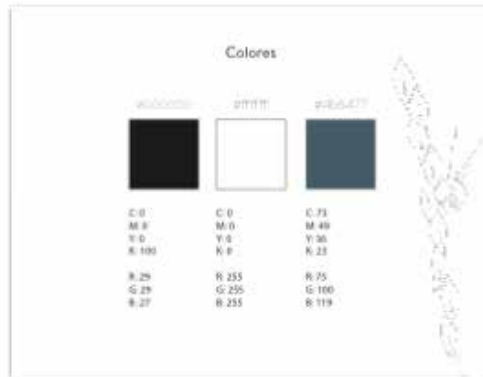
2



3



4



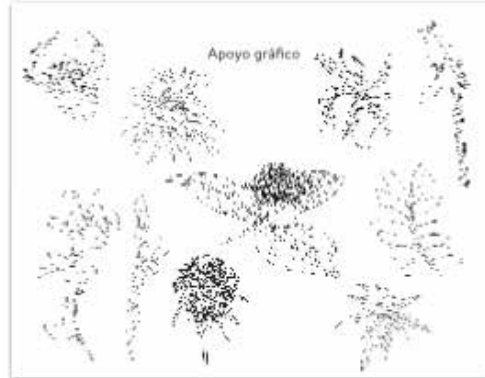
5



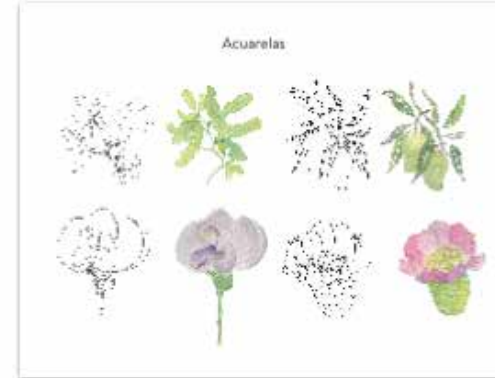
6



7



8



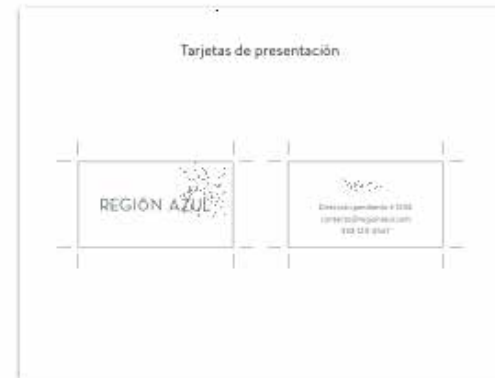
9



10



11



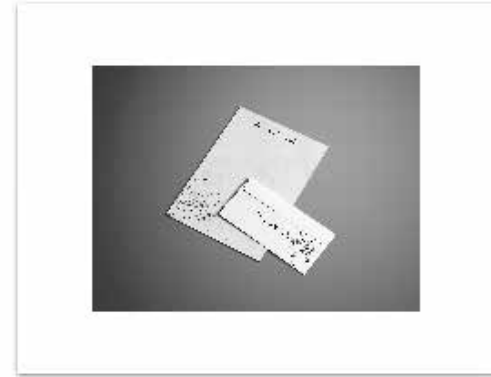
12



13



14



15



Variaciones de bolsas

16

Comercializadora calendarización

Today		< >		October 2017		Day		Week		Month		4 Days		Agenda		More ▾		⚙️ ▾		
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat														
Oct 1	2 Trabajar Propuesta	3	4	5 Presentar Segunda Etap	6	7														
8	9 Fer Chicago Jimena Guadalajara Trabajar Propuesta	10	11	12 Columbus Day	13	14														
15	16 Presentar Pre Entrega	17	18	19 Presentar Pre Entrega L	20	21														
22	23 Fer Toronto Jimena Guadalajara Trabajar Propuesta	24	25	26 Trabajar Propuesta	27	28														
29	30 Presentar Pre entrega (C	31	Nov 1	2 Entrega en Tequila Lami	3	4														

Listado de tiendas de comercio justo, en las cuales se recomienda la comercialización de los productos de los artesanos

ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	HORARIO	CONTACTO	WEB	concepto
ECO TIENDA MORELOS	Calle Morelos #2178 Col. Ladrón de Guevara, Guadalajara, Jal.	Lunes a Sábado 9:00 - 20:00 Domingo 10:00 - 18:00	info@ecotiendagd.com pedidos@ecotiendagd.com	www.ecotiendagd.com	ECO TIENDA es un punto de venta enfocado en la concientización del medio ambiente, con 20 años de historia, en el que recientemente se ah incluido tambien en sus amibiciones el crecimiento del consumo local, alternativo y de comercio justo.
ECO TIENDA CUAHUTEMOC	Av Cuauhtémoc 3880-D, Esquina Mariano Otero, Col. Ciudad del Sol, Guadalajara, Jal.	Lunes a Sábado 9:00 - 20:00 Domingo 10:00 - 18:01	info@ecotiendagd.com pedidos@ecotiendagd.com	www.ecotiendagd.com	
EXPLANADA TEMPLO EXPIATORIO	Calle López Cotilla 935, Centro, Americana, 44100 Guadalajara, Jal., Mexico	sabados y domingos 6:00 a 10:00 pm	facebook: Corredor Cultural y Alternativo Expiatorio A.C.	N/H	Tianguis que se establece los sabados y domingos en la explanada del templo expiatorio, exponiendo diferentes productos locales, ecológicos y artesanales.
ANDARES FARMER'S MARKET	food Court Andares	Sabados 10:00 a 14:00	Justine Domínguez jdominguez@andares.com	https://www.andares.com/farmers-market/	Farmer's market es un mercadito que se establece en el food court de la plaza Andares, en el que el requisito para poder formar parte: producto ecológicos o artesanales u orgánicos. Necesita ser de productores locales e impulsar el comercio justo.
MERCADITO ALTERNATIVO FLOR DE LUNA	Calle Garibaldi 1572, Ladrón de Guevara, Ladrón De Guevara, 44600 Guadalajara, Jal.	lunes a viernes 10:00 am a 6:00 pm y sábados de 10:00 am a 2:00 pm	facebook: mercadito flor de luna	N/H	mercadito alternativo y solidario
ORGANIC NOW	Chapultepec #480, Guadalajara (México) Plaza Las Ramblas	lunes a sabado 8 am a 9pm y domingos de 8 am a 5 pm	facebook: organic now innconbusiness@gmail.com	N/H	Somos un nuevo concepto de salud basado en la información y educación sobre hábitos alimenticios. Nuestro concepto de CENTRO ORGÁNICO concentra servicios y productos que proveen una opción saludable a las personas que buscan mejorar su calidad de vida y evitar, así como ayudar a corregir problemas de salud.
TU LOCALITO ECOLÓGICO	Tu Localito Ecológico, Prisciliano Sánchez #1067 Col. Americana	lunes a viernes 10:30 a 19:30 y sabado 11:00 a 16:00	tulocalitoeologico@gmail.com facebook: tu localito ecologico	http://www.tulocalitoeologico.com	Puedes encontrar productos: amigables con el medio ambiente en todo su ciclo de vida, de productores locales, naturales, saludables. Con el fin de contar con una alternativa sustentable para el consumo responsable y comercio justo.



*Agradecemos la participación y el apoyo por parte de  
Alejandro Julián Dipp y Diego Villaseñor Trujillo  
(ex-alumnos del PAP de otoño 2016 y primavera 2017)  
durante la construcción del tejaban  
en la casa del artesano Don Miguel (pag. 53).*



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

