

Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

**LAS REDES COMO ARTICULADORES TERRITORIALES PARA EL
DESARROLLO LOCAL
ESTUDIO DE CASO EN MAZUNTE, OAXACA**

LICENCIATURA EN GEOGRAFÍA HUMANA

ALUMNA

JESSICA JANET MENDOZA RUIZ

ASESORA

MARÍA DEL ROCÍO ROSALES ORTEGA

8-SEPTIEMBRE-2008

Introducción	3
1. Una mirada integral del desarrollo: del crecimiento económico al desarrollo local	12
1.1 Teorías del desarrollo regional: El desarrollo como crecimiento económico	12
1.2 El desarrollo endógeno como alternativa de desarrollo	16
1.3 Teorías del desarrollo local: Una evolución en los planteamientos	19
1.4 El espacio local como sistema abierto: dialéctica local-global	21
1.5 Capital social e identidad territorial: elementos para la construcción de redes	22
1.6 Redes y desarrollo local: conceptos en interacción	25
1.6.1 Redes económicas	27
1.6.2 Redes de innovación y aprendizaje	27
1.6.3 Redes territoriales	28
1.7 Comercio Justo: una estrategia global para el desarrollo local	29
1.7.1 Instituciones que participan	31
1.7.2 Conflictos y limitantes del Comercio Justo	31
2. Contexto socioeconómico de la localidad de Mazunte	34
2.1 Antecedentes: Proceso evolutivo del tejido económico local	36
2.2 Reestructuración de la economía local: Emprendimiento de nuevas alternativas de empleo	39
2.3 Transnacionalismo solidario: Constitución de la fábrica de cosméticos	42
2.4 Estructura de la propiedad	46
2.5 Conflictos iniciales	47
2.6 Impactos socio-territoriales	48
3. Dialéctica redes-territorio: reconstrucción del tejido territorial	54
3.1 Redes de cooperación	54
3.1.1 Relación con otras organizaciones comunitarias	57
3.2 Reconstrucción de las redes económicas: canales de comercialización y producción	
3.2.1 Relación con distribuidores	60
3.2.2 Relación con proveedores	64
3.3 Redes de innovación y aprendizaje	66
3.3.1 Principales hitos de innovación	
3.3.1.1 Capacitación inicial	67
3.3.1.2 Estrategias de venta	67
3.3.1.3 Ampliación de la línea de productos	69
3.3.1.4 Segundo cambio de presentación y exportación de productos	70
4. Conformación de redes desde la esfera local	72
4.1 Activación del capital socioterritorial: Elemento determinante en la reestructuración económica local	73
4.2 Proceso de adaptación ante el cambio de actividades	79
4.3 Articulación con el tejido socioproductivo local	82
Reflexiones finales	85
Anexo	89
Bibliografía	98

Justificación de la investigación

El desarrollo local es un proceso complejo con objetivos más amplios que el simple crecimiento económico; implica la movilización de recursos locales y extralocales a fin de crear beneficios internos. Asimismo, revaloriza la incidencia del territorio y de los elementos de corte extraeconómico en el surgimiento de los procesos de desarrollo.

Aparece como una nueva forma de mirar y actuar desde el territorio en el contexto de un mundo globalizado. De esta manera, el desafío para las sociedades locales está planteado en términos de insertarse en forma competitiva en lo global, potencializando al máximo sus capacidades territoriales (Gallicchio, 2004).

En este proceso, las redes, entendidas como la expresión de una dinámica asociativa basada en el intercambio de bienes materiales, servicios, información, conocimientos, tecnología, etc.; adquieren un papel estratégico, ya que fungen como un elemento articulador de las distintas escalas territoriales, facilitando con ello el surgimiento de entornos socio-productivos inmersos en una dinámica de desarrollo local. Desde este enfoque, las redes llevan implícitamente una componente espacial, es decir, no sólo estimulan la conformación de un espacio virtual de flujos, sino que reconfiguran el espacio a través de la vinculación distintos nodos territoriales; aspecto que se manifiesta en la constitución de un tejido territorial, producto de la articulación de entornos locales, regionales, y globales.

En este marco de ideas, la relevancia de la presente investigación se observa a través de tres aspectos:

1. Es una propuesta planteada desde la perspectiva de la geografía económica que enfatiza el papel que juegan algunos factores

extraeconómicos -como son las redes, la confianza y la identidad territorial- en la construcción de los procesos de desarrollo.

2. Muestra como las estrategias globales de desarrollo -en este caso el Comercio Justo-, pueden incidir de manera favorable en los procesos económicos locales a través de la endogenización de los recursos externos; manifestando la dialéctica existente entre la escala local y global, generada mediante el establecimiento de redes.
3. La investigación se concentra en el estudio de la dinámica socioproductiva de la microempresa “Cosméticos Naturales de Mazunte”; que se encuentra ubicada en la localidad de Mazunte, perteneciente al municipio de Santa María Tonameca del Estado de Oaxaca. En general, nuestro caso de estudio no ha sido abordado desde la perspectiva del desarrollo local, ni se ha analizado el papel de las redes en su fundación y desempeño, como se realiza en la presente investigación. De igual manera, la experiencia es relevante porque, como producto de la generación de vínculos con actores de distintas escalas territoriales, se logran endogenizar una serie de recursos externos que dan origen a este proyecto.

Presentación del caso de estudio

Cosméticos Naturales de Mazunte es una microempresa integrada por trece familias locales que –con el apoyo de distintos actores, pero principalmente de la transnacional The body Shop- surge como una nueva alternativa de empleo dentro del proceso de reestructuración económico experimentado por la localidad de Mazunte, durante la década de los noventa; producto de la decadencia de la industria de la tortuga mariana, actividad que había sido la base de la economía local por más de veinte años y que a partir de su cierre dejó desempleada a casi la totalidad de la población económicamente activa del periodo en cuestión.

Esta microempresa ha tenido una incidencia favorable en distintos ámbitos del entorno local; por lo que podría considerarse como un nodo impulsor de desarrollo, cuyas particularidades nos llevan a la noción de desarrollo local. Asimismo, cuenta con una amplia red de vínculos de carácter económico, social y de innovación; redes que han trascendido las fronteras locales permitiendo entenderla como una actividad cuya dinámica socioproductiva rompe con la disyuntiva entre desarrollo endógeno y exógeno, aspecto que se ha visto reflejado en la conformación de un tejido territorial a favor de la propia actividad.

En este contexto, el objetivo general que se plantea en la presente investigación se concentra en comprender **la dinámica socioeconómica y el tejido territorial establecido en torno a la producción de cosméticos de la localidad de Mazunte, Oaxaca, a fin de indagar si esta actividad ha contribuido de alguna manera a impulsar un proceso de desarrollo local**; y de manera específica se plantea:

1. Estudiar el proceso de constitución de la fábrica de cosméticos, enfatizando el papel de la transnacional The Body Shop sobre el desarrollo de la actividad, y en el impacto socio-territorial que trajo consigo su establecimiento.
2. Analizar la forma de organización interna de la empresa (división del trabajo, canales de producción y comercialización, relación con organizaciones supralocales, articulación con el tejido socio-productivo de la localidad, etc.).
3. Reconstruir las redes económicas, de colaboración e innovación, intra e interterritoriales, que se han establecido en torno a la producción de cosméticos de la localidad, y analizar su papel en el desarrollo de la actividad.
4. Identificar qué elementos de las diferentes perspectivas teóricas del desarrollo local están presentes en la dinámica socioproductiva analizada.

Las interrogantes que guían nuestra reflexión son:

1. ¿Qué tipo de vínculos (económicos, colaboración, innovación) ha establecido la empresa con organizaciones externas a la localidad?
2. ¿Cómo se relaciona la producción de cosméticos con el tejido socio-productivo local?
3. ¿Qué papel han jugado las redes económicas, de cooperación e innovación, intra e interterritoriales en el desarrollo de la actividad?
4. ¿Qué elementos favorecen o limitan la forma de organización socioeconómica de la empresa?
5. ¿Qué beneficios y/o costos socioeconómicos ha generado esta actividad en la localidad?
6. ¿Qué elementos de las diferentes perspectivas del desarrollo local están presentes en la dinámica socioproductiva estudiada?

Metodología empleada

Como una estrategia metodológica se establecieron cuatro ejes conceptuales que se desagregaron en conceptos de carácter operativo, de tal forma, que permitieran obtener la información necesaria para el estudio en cuestión, y de manera particular, para la reconstrucción de las redes que se han establecido en torno a la actividad (cuadro 1). El primer eje conceptual es el capital social, que nos lleva a la noción de confianza y redes sociales; el segundo, se refiere a las redes económicas, expresado en cadenas de producción y comercialización; el tercero engloba la noción de aprendizaje e innovación que se traduce en redes de innovación; y finalmente, el último eje es el territorio, vinculado a la noción de identidad territorial, nos lleva al análisis de la importancia del territorio en los procesos socioeconómicos.

Cuadro 1. Ejes conceptuales y conceptos operativos

Eje conceptual	Conceptos operativos
Redes sociales	<p>Confianza: sentimiento basado en la reputación de los actores sociales y económicos, que funge como un mecanismo de control social, y fortalece el tejido socio-territorial; lo que conlleva a la formación de redes (Vázquez Barquero, 2005).</p> <p>Capital social: capacidad de la gente para asociarse con los demás, formar grupos y organizaciones, con el fin de conseguir objetivos comunes tanto en la esfera económica como en cualquier otro ámbito de la sociedad (Fukuyama 1995, citado en Vázquez Barquero, 2006).</p> <p>Cooperación: trabajo conjunto que se lleva acabo entre dos o más agentes con un interés común a través de acciones, proyectos, programas, procesos, etc.</p>
Redes económicas	<p>Cadenas productivas: se refiere a los diferentes actores que participan en el proceso de producción, el cual comprende desde la obtención de la materia prima hasta la transformación y terminación de un producto determinado (Seldon y Pennance, 1981).</p> <p>Sistemas de comercialización: se refiere a los diferentes actores que participan en el proceso de comercialización de un producto terminado, el cual inicia con la venta del producto desde su punto de fabricación y concluye cuando llega a manos del consumidor. Son los procesos necesarios para mover los bienes, en el espacio y en el tiempo, del productor al consumidor (Seldon y Pennance, 1981).</p>
Redes de innovación	<p>Aprendizaje: proceso de adaptación y asimilación de conocimientos técnicos formales o tácitos, que se ve favorecido por el establecimiento de redes, y que se expresa en la innovación tanto tecnológica, como de procesos, productos y formas de organización (Méndez,2002).</p> <p>Innovación: capacidad de generar e incorporar conocimientos que permitan incrementar la competitividad de las empresas y territorios (Barroso, Caravaca 1998).</p> <p>Asistencia técnica y/o transferencia de tecnología.</p>

Continúa

Ejes conceptuales y conceptos operativos	
Eje conceptual	Conceptos operativos
Redes territoriales	<p>Identidad territorial: sentimiento de pertenencia que se genera en los individuos con respecto a un territorio, y por ende, a una comunidad particular; la presencia de este sentimiento conduce a la solidaridad, cooperación y asociación entre los integrantes locales, originando beneficios comunes.</p> <p>Capital socioterritorial Elemento presente en el territorio que estimula la asociación de los actores locales, a través de un sentimiento común de identidad que engendra dinamismos sociales, políticos, culturales, tecnológicos, administrativos y económicos (Klein, 1998).</p> <p>Articulación local-regional y local-global.</p>

Fuente: elaboración propia.

Instrumentos utilizados

Para llevar a cabo esta investigación se requirió implementar como estrategia de producción de información empírica, un estudio de campo, debido a que no existen trabajos que proporcionen información a fondo sobre la dinámica socio-productiva de nuestro universo de estudio ni del contexto de la localidad en general. Se emplearon entrevistas semiestructuradas como instrumentos de investigación, con preguntas organizadas de acuerdo a los cuatro ejes conceptuales mencionados anteriormente.

Las entrevistas contenían preguntas preestablecidas, así como de modalidad abierta, dirigidas hacia un tema específico, de esta manera, se concedió al entrevistado cierta libertad para hablar de diferentes aspectos, profundizando en aquellos que brindaban información relevante para ser considerada en nuestro estudio. Esto nos permitió obtener una comprensión de la realidad más próxima a como la ven los actores mismos. Es importante mencionar que la información adquirida dependió de lo que el entrevistado estuvo dispuesto a

proporcionar. Se levantaron un total de seis entrevistas semiestructuradas y dos de modalidad libre.

De igual forma, se aplicó un cuestionario, elaborado sin ningún rigor estadístico, a una muestra no representativa de 100 habitantes locales, enfocado a analizar de manera general, la percepción de la población respecto a la forma de organización socioeconómica que experimenta la localidad en la actualidad, y a comprender su grado de pertenencia o arraigo al lugar.

El cuestionario se dividió en dos secciones, la primera contenía una serie de enunciados referentes a los cambios ocurridos en la localidad, tomando como punto de referencia el año de 1990, año que marca el inicio del proceso de reestructuración económica en Mazunte y que permite establecer un rango comparativo entre la percepción local de la organización socioeconómica anterior a tal proceso y la actual. Estos enunciados contenían opciones de respuesta ponderadas de la siguiente manera: estoy en total desacuerdo, estoy en desacuerdo, estoy de acuerdo, y estoy totalmente de acuerdo. La segunda parte se concentró en un conjunto de frases relacionadas con la noción de identidad territorial.

El levantamiento del cuestionario se efectuó en los puntos de la localidad más transitados, y en algunos casos, se implementó como estrategia de investigación bola de nieve. La información obtenida se capturó en una base de datos para su análisis, y a partir de ella, se obtuvieron medias estadísticas, tablas de cruces de variables y frecuencias.

Como una segunda estrategia de producción de información empírica se recurrió a fuentes secundarias, es decir, a otros trabajos sobre la localidad que permitieron adquirir un panorama general de sus antecedentes históricos, necesarios para comprender el contexto actual; así como a datos estadísticos generados por INEGI.

Sujetos de estudio

Las entrevistas semiestructuradas fueron realizadas a la directora y a dos empleadas de la microempresa “Cosméticos Naturales de Mazunte”, a partir de ellas se obtuvo la información necesaria para comprender la dinámica interna de la empresa, así como su proceso de constitución. De igual forma, con el objetivo de contar con un panorama más amplio sobre el contexto socioeconómico actual de la localidad, y específicamente, sobre la industria de cosméticos, se entrevistó a la regidora de turismo del Municipio de Santa María Tonameca, al agente de policía local y al responsable del “Centro Mexicano de la Tortuga”.

En el caso del cuestionario, el proceso de selección de los sujetos de estudio se realizó tomando en cuenta a las personas que llevaran viviendo en la localidad más de veinte años, de tal forma, que hubiesen percibido los cambios experimentados desde la veda de la tortuga hasta la época actual. De la muestra tomada, se seleccionaron dos personas que pertenecían a familias de ex-pescadores, a quienes se les realizaron las entrevistas abiertas. Es importante mencionar que los nombres de los entrevistados que citamos a lo largo de la investigación, son reales.

Por su parte, el proceso de trabajo de campo se llevó a cabo en dos etapas. En la primera (abril 2007), se establecieron los vínculos iniciales con actores clave como la directora de la microempresa y el agente de policía local, actores que permitieron abrir las puertas a la comunidad; en esta fase se elaboró la mayor parte de las entrevistas. A partir de este primer acercamiento a nuestra comunidad de estudio, se lograron perfilar nuevas interrogantes sobre la microempresa de cosméticos, que se incorporaron en el guión de entrevistas para la siguiente visita de campo. El segundo momento (junio 2007) se dirigió principalmente al levantamiento del cuestionario y a la conclusión de las entrevistas.

En momentos posteriores al término de la investigación en campo, surgieron nuevas interrogantes, para su solución sólo se contactó a la directora de la microempresa vía telefónica (agosto, 2008).

Estructura

La estructura de la investigación se compone de cinco apartados, en el primero, se define el marco teórico sobre el cual se sustentará la investigación. Se inicia con una reflexión referente a la trayectoria de las distintas posturas teóricas del desarrollo, para concluir con la noción de desarrollo local, mostrando la relevancia de los elementos de corte extraeconómico (como capital social, confianza, identidad territorial, territorio, y redes) en la dinamización de este tipo de procesos. Asimismo, se habla de la estrategia de Comercio Justo como una medida generada desde la escala global para promover el desarrollo de los entornos locales.

El segundo capítulo, se enfoca en el contexto de la localidad, mostrando el proceso evolutivo que ha experimentado su tejido socioeconómico. De igual manera, se analiza el proceso de constitución de la fábrica de cosméticos, haciendo hincapié en el papel que jugó la transnacional The Body Shop, así como, en el impacto socioterritorial generado con el desarrollo de la actividad.

El tercer apartado, se concentra en la reconstrucción del tejido o entramado territorial que se ha formado en torno a la producción de cosméticos; para ello, se analiza la dinámica socioproductiva de la industria, haciendo referencia a las redes económicas, sociales y de innovación que ha establecido. La reconstrucción conjunta de estas redes nos lleva a la noción de redes territoriales, noción que permite analizar la dialéctica entre redes y espacialidad; así como resaltar la relevancia de estudiar a la industria de cosméticos como una actividad cuya dinámica económica trasciende las fronteras locales.

El capítulo cuarto, se centra en estudiar de manera general, la perspectiva que tiene la comunidad de Mazunte en relación a la dinámica socioeconómica que experimenta la localidad; dentro de este ejercicio, se analiza hasta que punto la microempresa de cosméticos es entendida como un nodo impulsor de desarrollo en la comunidad. Finalmente, en el quinto apartado, se exponen las reflexiones finales, resolviendo a la luz de la evidencia empírica, nuestras interrogantes.

1. Una mirada integral del desarrollo: del crecimiento económico al desarrollo local

A lo largo de la historia, el concepto de desarrollo ha estado en un constante proceso de cambio y evolución, acorde con las perspectivas de la realidad que cada sociedad ha tenido en determinados momentos y contextos. Dentro de este proceso han surgido diferentes enfoques, de tal forma que se puede considerar al desarrollo como sinónimo de crecimiento económico, de bienestar social, de innovación, etc. En este marco de ideas, el presente capítulo tiene por objetivo realizar una revisión teórica sobre la forma en la que se ha abordado la noción de desarrollo en distintos escenarios económico-temporales, haciendo énfasis en sus implicaciones socio-territoriales consecuentes. Para ello, se parte de una breve descripción de las teorías del desarrollo regional y de los resultados obtenidos con su aplicación; posteriormente se hace referencia a las teorías del desarrollo endógeno, resaltando aquellos aspectos que lo definen. En un tercer momento, se realiza una reflexión sobre la noción de desarrollo local (que podría considerarse como la perspectiva más actual e innovadora sobre el tema), mostrando la relevancia de los elementos extraeconómicos como capital social, confianza, identidad territorial, territorio, y redes, en la dinamización de este tipo de desarrollo. Finalmente, se habla del Comercio Justo como una estrategia que se genera desde las políticas globales de desarrollo y que puede incidir en la generación de procesos de desarrollo local, permitiendo visualizar la interrelación entre la escala local y la global dentro de este tipo de dinámicas.

1.1 Teorías del desarrollo regional: El desarrollo como crecimiento económico

Las teorías sobre el desarrollo regional surgen durante el periodo que comprende de 1950 a 1970, en un contexto que requiere de estrategias para solventar las desigualdades existentes entre los territorios, y brindar una solución a los problemas desarrollados a consecuencia de la crisis de sobreproducción de 1929. Como alternativa, se ponen en práctica las teorías de desarrollo regional, con lo que se pretendía disminuir las disparidades

interterritoriales y aumentar los niveles de consumo en las regiones consideradas como atrasadas; esto último, como solución ante la crisis de sobreproducción (Klein, 2006).

Estas teorías se caracterizaron por contar con una visión economicista del desarrollo y concebían a la redistribución del crecimiento económico como un mecanismo que conduciría al desarrollo de las naciones; fenómeno que se entendía como un proceso lineal seguido por todos los países. Rostow es uno de los principales exponentes que refleja claramente este enfoque. En su modelo teórico, propone una serie de etapas que muestran la dinámica paulatina de crecimiento económico experimentada por los territorios, de cara a acceder a mejores condiciones de desarrollo. Según su propuesta, todos los territorios desarrollados pasaron por una serie de etapas sucesivas que los llevo a alcanzar su estado actual: en un inicio se caracterizaban por contar con una sociedad tradicional cuya estructura económica se basaba en actividades agrícolas de subsistencia y de baja productividad; el mejoramiento de estas condiciones les permitió pasar a una fase de despegue basada en la industria, y posteriormente en los servicios, cuyo perfeccionamiento los llevo a una etapa de madurez y finalmente a la conformación de una sociedad de consumo en masa. En contraste, los territorios que no superaron la primera etapa se quedaron rezagados, y era precisamente en esta fase en la que requerían de un impulso para alcanzar su desarrollo (Rostow, 1960 citado en Méndez y Molinero, 1994).

Asimismo, estas ideas fueron fortalecidas por las teorías estructuralistas, o también llamadas Keynesianas, teorías que le asignan un gran peso a las relaciones interterritoriales en la generación de desigualdades, y a su profundización de no existir una intervención pública que las regule. Dentro del enfoque estructuralista, se pueden resaltar los aportes de diversos autores, como es el caso de Raúl Prebisch, quien propuso la “teoría de la dependencia o del intercambio desigual”, que se centra en una concepción dualista del espacio, conformada por centros y periferias. En este contexto, los centros reúnen funciones dominantes, cuentan con una fuerte capacidad de innovación, con sectores motrices, con inversión de capital, con empleos de calidad y con elevados niveles de renta y bienestar social. En las periferias

sucede totalmente lo contrario, son territorios que se especializan en actividades maduras y de escaso crecimiento, con una débil capacidad para atraer inversiones y generar vínculos empresariales; ha esto se suma una creciente dependencia del exterior. De acuerdo a esta propuesta, la dinámica dualista se refuerza con el tiempo, a partir del establecimiento de relaciones de intercambio desigual que permiten el crecimiento de los centros con base en el rezago de las periferias; lo cual, sólo podrá regularse a través de una intervención pública (Raúl Prebisch, 1949 citado en Méndez, 1997).

En esta misma línea, Perroux también realizó un aporte significativo con su teoría de la polarización, que posteriormente fue retomada por Boudeville. Esta teoría plantea que el crecimiento económico surge en determinados lugares que reúnen condiciones favorables para que se instalen en ellos actividades motrices (generalmente industriales), con la capacidad de generar efectos multiplicadores en su entorno, al aumentar la oferta y la demanda de bienes y servicios. Este proceso permite la configuración de polos de crecimiento, normalmente de carácter urbano, que atraen inversiones y concentran gran parte de la población y empleo regionales (Perroux, 1955 y Boudeville, 1968 citados en Méndez, 1997)

De igual forma, Myrdal propuso la teoría del crecimiento acumulativo, en la que argumentaba que cuando en un área determinada una actividad crece económicamente, genera un proceso de causación circular que alimenta esa tendencia (implantación de una empresa, generación de empleo, atracción de población, aumento de la demanda de bienes y servicios, impulso de las industrias, atracción de inversiones, etc.) lo cual, incrementa la competitividad del territorio en relación a los demás, inhibiendo así su crecimiento. Esta acción sólo se podrá corregir cuando el proceso de crecimiento se encuentre avanzado o cuando exista una intervención pública destinada a regular la aglomeración y permita la difusión del crecimiento sobre el entorno (difusión de actividades, empleo, desplazamiento de población, etc.) (Myrdal, 1957 citado en Méndez, 1997).

En resumen, estas teorías constituyeron la base para la orientación de las primeras políticas de desarrollo regional de los años 50 y 60 (enfocadas a las

sociedades occidentales); a las que Helmsing denomina “políticas regionales de primera generación” (Helmsing, 1999). Tales políticas tenían una visión exógena del desarrollo (planificación desde arriba), que se basaba en la implantación de una serie de estrategias económicas sobre los territorios, bajo la dirección del gobierno nacional: actor central en estas actuaciones. Su principal objetivo era llevar a aquellas regiones consideradas como tradicionales, al nivel de crecimiento de las regiones desarrolladas, a partir del impulso de sectores de actividad que fungieran como motores de arrastre de las economías nacionales.

Esto implicó la aplicación de políticas de desconcentración industrial y administrativa; así como la promoción de la inversión y el aumento en los niveles de consumo de las zonas pobres (Klein, 2006). Los mecanismos de intervención para atraer inversiones y empresas hacia estas zonas fueron la concesión de incentivos financieros y fiscales que abarcasen costos de instalación, mejoramiento de infraestructura (carreteras, aeropuertos, etc.) implantación de grandes empresas públicas que actuaran como motores de crecimiento; etc. (Méndez, 1997). Este proceso dio como resultado la creación de polos de desarrollo.

En este sentido, el desarrollo regional se orientó a la modernización de las estructuras productivas, las relaciones sociales y los modos de producción dominantes en las regiones marginales, a fin de encauzarlas al desarrollo. En otras palabras, se presentó como una expansión del modo de vida de las sociedades de producción y consumo de masas, hacia las regiones o países considerados como subdesarrollados; homogenizando de esta forma, la economía a escala nacional (Klein, 2006). Todo ello fue permitido gracias a que el tipo de desarrollo que fue implantado, se enmarcó en un modelo particular de producción, la producción fordista que era de carácter masivo, de gran escala, operaba con base en una maquinaria con propósitos únicos, y estaba sustentada por un Estado benefactor.

A finales de los años setenta y principios de los ochenta la aplicación de estas políticas culminó en el fracaso de su principal objetivo “la reducción de las desigualdades regionales” (Stöhr, 2003 citado en Klein, 2006). Causa de ello,

fue que las bases teóricas que orientaron a estas políticas, tenían una visión economicista del desarrollo que restaba importancia a todo factor extraeconómico. De esta manera, la componente socio-territorial era irrelevante, y por tanto, los aspectos particulares de cada territorio y los intereses de las sociedades locales no se contemplaban. El modelo de desarrollo que se implantó era de carácter funcional, por lo que cada territorio tenía un papel específico en el contexto de la economía global. Así entonces, el espacio se concebía como un simple contenedor de las actividades económicas, acción que coexistía con una escasa regulación local de las mismas.

En este contexto, la implantación de una serie de estrategias con una perspectiva homogénea del espacio, que no contemplaba a la componente socioterritorial, perpetuó las desigualdades ya existentes, mostrando así, su incapacidad para lograr una distribución equitativa de la riqueza.

1.2 El desarrollo endógeno como alternativa de desarrollo

El concepto de desarrollo endógeno nace como reacción a los postulados teóricos y su aplicación, en materia de desarrollo territorial, dominantes entre las décadas de los años 50 y 70; que se enmarcan en el paradigma industrial fordista y en la difusión descendente (desde el Estado central) de los impulsos de cambio. En este sentido, el desarrollo endógeno plantea un giro en las formas de gobernabilidad de los territorios, en el que el Estado deja de ser el actor central para convertirse en un socio más de la gestión territorial, cediendo a los actores locales un papel estratégico en la generación de iniciativas de desarrollo (Klein, 2006). Se pasa de un contexto con una estrategia cuyo objetivo principal es el crecimiento económico, que se logra a partir de la creación de grandes proyectos y de la gestión centralizada de los recursos y territorios a un nuevo modelo de carácter difuso, enraizado al territorio, con movilización y potenciación del capital endógeno; en donde los actores locales juegan un rol central en la gestión del desarrollo.

De esta forma, el desarrollo endógeno se puede concebir como aquel proceso cuya dinámica se basa en la potenciación de los recursos territoriales (naturales, humanos, culturales, institucionales, económicos, etc.) a partir de la acción cooperativa de agentes locales, a fin de impulsar iniciativas y proyectos de desarrollo que permitan, entre otras cosas, la generación de crecimiento económico, cambio social y cultural, sustentabilidad ambiental, etc., en otras palabras, contribuir al bienestar social de la comunidad local.

Para Garafoli el desarrollo endógeno significa la capacidad para transformar el sistema socio-económico; la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social en el entorno local, que favorezcan el desarrollo de estos elementos. El desarrollo endógeno es la habilidad para innovar a nivel local (Garafoli, 1995 citado en Vázquez Barquero, 1999).

De acuerdo a Boisier (2004) el desarrollo, planteado como un proceso endógeno, se basa en la confianza colectiva, en la capacidad para inventar recursos, movilizar los ya existentes, y actuar en forma cooperativa y solidaria desde el propio territorio.

Es un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local, que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos, existentes en un determinado territorio, es capaz de estimular el aumento de la productividad, de los ingresos, del empleo, etc., para el bien común (Albuquerque, 1996 citado en Burin, 2000). Esto a su vez, requiere de una capacidad emprendedora y de un clima social, institucional y empresarial adecuado.

Asimismo, el desarrollo endógeno se presenta como una interpretación que surge para explicar aquellos fenómenos generados como consecuencia de una nueva fase de integración económica, social e institucional; tales fenómenos se originan de forma simultánea a la crisis de finales de los setenta y principios de los ochenta, y se pueden sintetizar bajo la experiencia de los *distritos industriales*.

La dinámica de los distritos industriales surge como una nueva forma de organización socioproductiva basada en el potencial endógeno de los territorios, y como una alternativa ante el modo de producción fordista; tipo de producción que al igual que las políticas de primera generación, entra en decadencia a finales de los años setenta como consecuencia de la ruptura de los mercados masivos y homogéneos que el fordismo requería. De esta manera, la disminución de la demanda, y la incapacidad de los gobiernos para mantener la estabilidad macroeconómica se complementaron y consolidaron su crisis (Helmsing, 1999).

La noción de distrito industrial fue propuesta inicialmente por Alfred Marshall para explicar la dinámica interna de un conjunto de pequeñas empresas, concentradas en un determinado territorio, que se especializaban en una rama productiva, y que operaban bajo una producción de carácter flexible y una marcada división del trabajo. Tal proceso mostraba que con su aplicación se podían obtener las mismas ventajas de la producción fordista (Rosales, 2003).

Posteriormente, este concepto es retomado y renovado por Becattini con el fin de explicar la organización productiva de una aglomeración de pequeñas y medianas empresas denominada Tercera Italia. Becattini (1992) afirma que los distritos industriales acentúan la importancia del potencial endógeno de las colectividades, en donde la población y las empresas se complementan, dando como resultado actividades de cooperación entre actores sociales y económicos; hecho que a su vez, permite al conjunto de empresas gozar de economías de escala, similares a las de la gran empresa, pero a través de una mayor flexibilidad productiva. (Klein, 1998).

En la conformación y funcionamiento de este tipo de sistemas productivos, tanto la política como la cultura son elementos de gran relevancia, ya que permiten mantener simultáneamente la convivencia de la competencia y la confianza al interior del conjunto productivo (Piore y Sabel, 1990; en Rosales, 2003). Esto a su vez facilita el establecimiento de redes sociales para la cooperación que reducen, entre otras cosas, la incertidumbre en las relaciones de negocios, así como los costos de transacción y producción.

En este proceso, la proximidad geográfica juega un papel importante, ya que favorece la conformación de redes de empresas, facilita el flujo de trabajadores, insumos, información y conocimientos. Asimismo, permite valorar y activar la identidad territorial, movilizando la acción colectiva entre actores locales y las empresas.

En resumen, los distritos industriales se presentan como una nueva forma de organización productiva que puede generar efectos positivos en su entorno, y con ello, configurar procesos de desarrollo territorial. Sin embargo, en el transcurso del tiempo se han observado diferentes limitantes dentro de este tipo de sistemas; como el “encierro” que Krugman menciona (Krugman, 1991 citado en Helmsing, 2002). Según este autor, cuando se alcanzan altos niveles de especialización surgen peligros de encierro; es decir, que la dinámica productiva se cierre únicamente a los procesos y métodos que ya se conocen y que han funcionado; poniendo una barrera a aquellos elementos de cambio (provenientes del exterior) que le pudiesen perjudicar. Esto a la larga trae problemas, como pueden ser la falta de innovación y de competitividad; conduciendo así al declive de la actividad.

1.3 Teorías del desarrollo local: Una evolución en los planteamientos

Sobre la base de la propuesta del desarrollo endógeno, a principios de los años ochenta, se presenta una nueva postura teórica sobre el desarrollo: el desarrollo local; que además de reafirmar la relevancia que comporta la movilización de los factores endógenos en los procesos de desarrollo territorial; plantea, como segundo requisito, la necesidad de insertar lo local en el ámbito global de manera competitiva; a fin de enfrentar adecuadamente los retos de la globalización y las transformaciones de la economía internacional.

El desarrollo local es un proceso de carácter multidimensional, que se define por la capacidad de vincular lo local con lo global, a través de la cooperación y asociación entre actores locales y extralocales. El resultado de este proceso se refleja en la generación de beneficios comunes que contribuyen, entre otras cosas, a mejorar las condiciones de vida de la población local.

En la opinión de Vázquez Barquero los procesos de desarrollo local son ante todo una estrategia que toma como mecanismo dinamizador, a los procesos de desarrollo endógeno, esto es, el impulso de la capacidad emprendedora local, las acciones creadoras de empresas, las políticas de formación para el empleo, las iniciativas de las instituciones locales en materia socioeconómica, etc. a través de una cooperación entre los agentes públicos y privados (Vázquez Barquero, 1999).

Al respecto, Klein (2006) agrega que el desarrollo local no puede limitarse a lo endógeno sino que necesita de la articulación tanto de recursos internos como externos; proceso que se genera a partir de la dinámica asociativa entre agentes de diversas escalas territoriales; en la que los actores locales tienen el papel central. Asimismo, afirma que lo esencial no es el origen de los recursos, sino la dinámica social que permite que puedan ser movilizados en beneficio de la comunidad local.

En resumen, el desarrollo local es una forma de gestionar las relaciones entre lo local y lo global, contemplando al territorio como eje central. Es un proceso que consiste en crecer desde un punto de vista endógeno, a través de la movilización de recursos internos y externos al territorio (inversiones, tecnología, recursos humanos, naturales, económicos, etc.). Asimismo, implica mejorar la capacidad de control del excedente económico que se genera a nivel local, de tal forma, que se obtengan resultados que beneficien al conjunto social.

Como se señaló, la dinámica de este tipo de desarrollo conlleva al establecimiento de una dialéctica entre lo local y lo global, concibiendo al ámbito local como el punto de acción. Sin embargo, estos planteamientos llevan a las siguientes interrogantes ¿Qué es lo local? ¿Qué elementos lo definen? ¿Cómo se delimita espacialmente?, preguntas, que desde nuestra perspectiva, son de gran importancia para la comprensión del tema.

1.4 El espacio local como sistema abierto: Dialéctica local-global.

Existen diversas formas de concebir a lo local, es decir, se puede entender como el ámbito que posibilita la interacción cara a cara entre distintos actores, como el ámbito más eficiente para la organización política y social, como el ámbito territorial delimitado por el alcance de ciertos procesos, etc. (Coraggio, 1996). Sin embargo, el hecho de concebir a un territorio como un espacio local, depende del punto de vista desde el cual se analice, es decir, lo local puede ser una expresión referente a territorios de diversa extensión, y la perspectiva desde la cual se mire influye en la asignación de este término: la comuna constituye un espacio local mirada desde la provincia; así como la provincia lo es desde la región; y la región desde el país (Boisier, 1999).

Lo local no corresponde a un lugar determinado, sino a un sistema de relaciones entre actores que llegan a asociarse porque tienen una identidad común con respecto a un territorio, una conciencia territorial que les lleva a asociarse y a realizar proyectos (Klein, 2006:313).

Generalmente, cuando se hace referencia al término "local", se tiende a concebirlo como algo aislado, sin contacto con lo estatal, regional, nacional o global. Sin embargo, lo local es un concepto relativo a un espacio más amplio, que no puede analizarse sin hacer referencia al ámbito territorial en el cual se inserta o al cual está vinculado (municipio, estado, región, nación, etc.). De acuerdo a Borja y Castells (1997) lo global y lo local son ámbitos complementarios, creadores conjuntos de sinergia social y económica. Dentro de esta lógica, lo local funge como centro de gestión de lo global (Boisier, 1999).

Una sociedad local es una realidad particular expresada en un territorio concreto. Sin embargo, su lógica de acción trasciende las fronteras que delimitan su territorio, inscribiéndose así, en una realidad más amplia. El espacio local es un sistema abierto, por tanto, para analizar su dinámica interna se hace necesario entender sus patrones de interacción con el entorno global. En este sentido, Arocena afirma que es posible estudiar un proceso de acumulación local en la medida que es una realidad enteramente singular, pero

inscribiendo en ella ciertas regularidades estructurales, producto del sistema en el cual se inserta (Arocena 1995, citado en Burin, 2000).

Los sistemas locales constituyen redes localmente estructuradas pero también articuladas a niveles supralocales; por tanto, lo local no puede definirse en sí, sino en su interrelación con redes globales (Klein, 2006). En la opinión de Arocena lo local plantea el desafío de mantener una apertura a lo universal desde lo particular; es decir, de insertarse en lo universal, desde y a partir de la propia especificidad, a través de una actitud de pensar global y actuar local (Arocena 1995, citado en Burin, 2000). Es por ello que el desarrollo de un determinado territorio depende de la capacidad de establecer lazos con el exterior, y es aquí donde la conformación de redes (sociales, económicas, políticas, de innovación, de cooperación, etc.) adquiere un papel estratégico en los procesos de desarrollo local.

1.5 Capital social e identidad territorial: Elementos para la construcción de redes

La cooperación y coordinación entre los actores constituyen elementos clave en la conformación de procesos de desarrollo local. Estas formas de cooperación y asociación entre actores remiten al concepto de capital social que puede ser entendido como un conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza entre actores, es decir, expresa la interacción entre confianza, reciprocidad, asociatividad y ciudadanía, potenciando las capacidades individuales y colectivas de acción y de gestión en la atención y solución de problemas y carencias sociales (Charry, 2007).

En sus múltiples acepciones, también podría concebirse como un conjunto de recursos humanos e institucionales que una colectividad puede movilizar a fin de acrecentar su potencial de desarrollo y permitir el bienestar de sus habitantes. Es el resultado de la articulación de diversos elementos: valores compatibles, instituciones locales eficaces y adaptadas a los intereses de la población local, convenciones arraigadas, un medio asociativo activo, una percepción positiva de la comunidad y de la pertenencia a esta, la difusión de la

información, y la presencia de instituciones financieras locales ancladas en el medio (Klein, 1998).

De acuerdo a Fukuyama el capital social consiste en la capacidad de la gente para asociarse con los demás, formar grupos y organizaciones, con el fin de conseguir objetivos comunes tanto en la esfera económica como en cualquier otro ámbito de la sociedad (Fukuyama, 1995 citado en Vázquez Barquero, 2006). El capital social es un bien público, en la medida en que los beneficios obtenidos a partir de su activación se dirigen hacia un conjunto de individuos, independientemente de su grado de participación.

En otras palabras, es un fenómeno de carácter subjetivo, que asume diversas formas y se expresa en normas de reciprocidad, redes, actitudes y valores que ayudan a un conjunto de personas a enfrentar situaciones conflictivas y competitivas (Kliksberg, 2000). La base central sobre la que se construye es la confianza, que de acuerdo a Vázquez Barquero (2005) puede entenderse como un sentimiento basado en la reputación de los actores y organizaciones que realizan las transacciones sociales y económicas.

La idea de confianza está considerada desde la perspectiva de la solidaridad comunitaria que solamente se presenta en determinadas estructuras socioterritoriales (Becattini, 1988, 1989, citado en Rosales, 2003). En la opinión de Robert Putnam, el grado de confianza existente entre los actores de una sociedad, las normas de comportamiento cívico y el nivel de asociación que caracteriza a esa sociedad, constituyen elementos que evidencian la fortaleza del tejido socioterritorial (o capital social). De esta manera, la existencia de altos niveles de asociacionismo indica la presencia de capacidades para actuar cooperativamente, armar redes, concertaciones, y sinergias de todo orden (Robert Putnam, 1994 citado en Kliksberg, 2000).

El capital social y la confianza son elementos que se construyen a partir de la existencia de una identidad territorial; es decir, el hecho de compartir una cultura, normas y valores comunes, y de sentirse parte de una comunidad y de un territorio, genera sentimientos de confianza entre los integrantes de una comunidad, estimulando de esta forma su asociación.

En la visión economicista del desarrollo, el papel del territorio pierde relevancia dentro de los procesos económicos, y se concibe únicamente como un espacio homogéneo con una dinámica pasiva, que sirve como soporte de recursos, de actividades productivas, de relaciones comerciales, etc. Sin embargo, se ha observado que el territorio es un agente activo y dinámico, que incide como limitante o facilitador de las actividades y relaciones socioeconómicas (Caravaca, 1998).

Desde este punto de vista, el territorio es el espacio en el que los actores locales (habitantes, empresas, organismos públicos, poderes locales, etc.) se organizan, utilizando los recursos materiales e inmateriales, y producen e intercambian bienes, servicios y conocimientos (Vázquez Barquero, 2005). En otras palabras es una construcción social, reflejo de acciones y comportamientos múltiples, acumulados en el tiempo, con capacidad de incidir de forma significativa sobre la estructura y funcionamiento de los procesos económicos en un sistema de retroalimentación dialéctico (Méndez, 2002).

De esta forma, el territorio emerge como un factor fundamental de desarrollo. Es decir, los actores se vinculan entre sí por que comparten un mismo territorio y por que esto genera un sentimiento común de identidad que engendra dinanismos sociales, políticos, culturales, tecnológicos, administrativos y económicos; proceso que consecuentemente puede estimular el desarrollo territorial (Klein, 1998).

La identidad territorial es producto de una continuidad en el tiempo vivido por un grupo humano, generadora de una acumulación cultural en términos de sistema de normas y valores (Burin, 2000). Es el sentimiento de pertenencia que se genera en los individuos con respecto a un territorio y por ende, a una comunidad particular; la presencia de este sentimiento conduce a la solidaridad, cooperación y asociación entre los integrantes locales, originando beneficios comunes. En este marco, la identidad territorial constituye un elemento que incide en la conformación y potenciación del capital social, noción que se expresa en redes de carácter social que facilitan y dinamizan los procesos económicos.

1.6 Redes y desarrollo local: Conceptos en interacción

En los procesos de desarrollo local la conformación de redes adquiere un papel relevante, en la medida en que éstas, son la expresión de dinámicas asociativas que surgen dentro de los entornos locales y en que fungen como mecanismo para la creación de proyectos de diversa índole, así como para el crecimiento y adecuado funcionamiento de las empresas, la difusión de conocimientos e información, la reducción de la incertidumbre en las relaciones de negocios, etc.

De esta forma, una red se puede concebir como un sistema multicéntrico, que a través del intercambio dinámico de bienes, servicios, información, o en su caso, del establecimiento de relaciones de cooperación, entre los actores de una comunidad local (y de ésta con otras comunidades), posibilita la potenciación de los recursos que posee el territorio local para la creación de alternativas que permitan responder a determinados problemas y a la satisfacción de ciertas necesidades (Kliksberg, 2000).

Según Vázquez Barquero (1999) una red hace referencia a un sistema de relaciones o/y contactos que vinculan a las empresas y actores entre sí, cuyo contenido, es el intercambio de bienes materiales, servicios, información, conocimientos, tecnología, etc. En este sentido, las redes entre empresas y actores, independientemente de la relación que establezcan, cuentan con rasgos específicos, entre ellos se pueden nombrar los siguientes: 1) una red hace referencia a transacciones dentro de un contexto de reciprocidad, 2) se trata de relaciones de interdependencia entre los actores o empresas, 3) implica un sistema de interconexiones múltiples y de respuestas y reacciones de las empresas y actores, 4) se caracteriza por un conjunto de vínculos débiles cuya interrelación imprime fortaleza a la red apoyándose en el acceso a la información, el aprendizaje interactivo y la difusión de la innovación, 5) las relaciones también pueden ser asimétricas, de carácter jerárquico, convirtiéndose el poder en un elemento del funcionamiento de la red (Grabher, 1993, en Vázquez Barquero, 1999).

Cabe mencionar que el establecimiento de redes se basa en un sistema de relaciones de carácter formal e informal entre actores económicos, sociales e institucionales. Cuando la conformación de redes se da para responder a un objetivo concreto, como pueden ser los intercambios económicos entre empresas, se está hablando de redes formales; y cuando la conformación de redes se da en el entorno local de forma espontánea y causal, con base en relaciones personales entre actores económicos, familiares, amigos, etc. se hace referencia a redes de tipo informal, que están determinadas en gran medida, por la proximidad geográfica (Vázquez Barquero, 2005). La base de ambos tipos de redes se apoya en la confianza existente entre los actores, ya que es un elemento que reafirma los compromisos y la cooperación, reduciendo con ello, la incertidumbre.

De la misma forma, tanto las redes formales como las informales contribuyen a la conformación de los procesos de desarrollo local, es decir, mientras las redes personales proporcionan la información necesaria para la creación de proyectos, y facilitan el intercambio de bienes y conocimientos dentro de los sistemas productivos; las redes formales proporcionan información sobre negocios, asesoramiento técnico, recursos financieros y materiales, etc. (Vázquez Barquero, 2005).

Las redes toman formas diversas, en función del tipo de relación que se establezca entre los actores; de esta manera se puede hablar de redes económicas, territoriales, de cooperación, innovación, aprendizaje, etc. que en última instancia se pueden englobar bajo el término de redes sociales, porque la base sobre la que se construyen es de carácter social, aunque el vínculo que las une tenga otra finalidad. Para el caso particular de esta investigación, nos concentraremos en la descripción de las redes sociales, económicas, de innovación, y territoriales, ya que son los tipos de redes que definen la dinámica económica de la actividad estudiada.

1.6.1 Redes económicas

Las redes económicas son las que se establecen entre actividades o empresas y que responden a un objetivo concreto. Son relaciones de carácter mercantil que implican una transacción económica, es decir, el intercambio de bienes y servicios que permite a los empresarios establecer una relación con proveedores y clientes, a fin de incrementar los beneficios internos a la actividad. En la opinión de Camagni las redes económicas son un conjunto cerrado de vínculos seleccionados y explícitos, con socios preferenciales en el espacio de activos complementarios y relaciones de mercado de la empresa, que tiene como propósito la reducción de la incertidumbre (Camagni, 1991 citado en Helmsing, 2002).

1.6.2 Redes de innovación y aprendizaje

El desarrollo local es el resultado de la sinergia de diversos elementos, como son: la acumulación de capital, un tejido productivo dinámico, la existencia de instituciones sólidas, la activación de la identidad territorial, el establecimiento de redes, etc. Sin embargo, existe otro elemento que puede ser causa o/y resultado de la movilización de estos; y que funge como motor esencial para el sostenimiento de los procesos de desarrollo territorial. Esta dinámica remite al concepto de innovación, que se entiende como la capacidad de generar e incorporar conocimientos que permitan incrementar la competitividad de las empresas y territorios.

La innovación esta basada en el aprendizaje, es decir, en procesos de adaptación y asimilación de conocimientos, que posteriormente se pueden reflejar en la innovación de procesos, productos y formas de organización, así como en la introducción de cambios tecnológicos. En este sentido, la existencia de redes de innovación y aprendizaje, juega un papel estratégico en la difusión de información y conocimientos, lo que facilita la producción o incorporación de la innovación.

Las relaciones técnicas basadas en el intercambio de información codificada sobre aplicaciones tecnológicas o innovaciones en productos, procesos, organización y mercado, se pueden denominar redes de innovación (Vázquez Barquero, 1999). Sin embargo, este tipo de redes también puede estar ligado a la transmisión personal de conocimientos tácitos, es decir, de conocimientos que se refieren al saber hacer de los individuos, que son adquiridos por la experiencia de trabajo, determinados por la proximidad geográfica, y que comportan un carácter esencial para la difusión de innovaciones (Méndez, 2002).

1.6.3 Redes territoriales

Los procesos de globalización tienen una creciente incidencia sobre los territorios y sociedades concretas; como consecuencia, aumenta la necesidad de crear estrategias que impulsen su desarrollo, entre ellas, la conexión del ámbito local con el entorno global, mediante el establecimiento de redes de diversa índole, adquiere un papel central, entre otras cosas, por que permite la inserción a mercados supralocales; facilita la cooperación entre territorios; crea ámbitos locales capaces de responder a las transformaciones globales; crea beneficios en la dinámica socioproductiva interna de los territorios cuando estos no cuentan con los recursos necesarios para impulsarla, etc.

De esta manera, cuando las redes trascienden las fronteras locales se pueden concebir como articuladores territoriales, en la medida en que tienen nodos centrales sobre los territorios, que se conectan entre sí. En la opinión de Jacques Lévy (2006) una red sólo vale si sus cúspides se corresponden con nodos que se articulan, que conmutan con otras redes y con territorios. (Lévy, 2006:291).

Al respecto, Precado (2004) agrega que los territorios locales crean redes para cooperar, innovar, insertarse en mercados más amplios, ser más competitivos, etc. contribuyendo de esta manera, a la formación de redes territoriales que configuran sistemas regionales integrados. Asimismo, afirma que el

establecimiento de este tipo de redes, es imprescindible para sustentar los procesos de desarrollo endógeno.

La noción de redes funge como eje articulador del desarrollo de esta investigación, ya que a partir de la reconstrucción de las principales redes que se han formado en torno a la producción de cosméticos, se podrá mostrar cómo estos elementos no sólo contribuyen a formar un espacio de flujos, sino que al vincular distintos nodos territoriales dan pie a la conformación de un tejido territorial cuya dinámica puede constituir un factor esencial para la generación de un proceso de desarrollo local.

1.7 Comercio Justo: Estrategia global para el desarrollo local

Como se ha planteado en apartados anteriores, el desarrollo local es un proceso que se genera a partir de la movilización de recursos locales y extralocales, con el objetivo de generar beneficios al interior de un determinado territorio; por lo que el establecimiento de vínculos a distintas escalas territoriales adquiere un papel estratégico en el proceso. En esta línea, una de las diversas maneras en las que se conforma el desarrollo local, y que permite visualizar la interrelación entre la escala local y la global dentro de este tipo de procesos, es la que se genera a través de la estrategia de Comercio Justo; estrategia enfocada a la promoción del desarrollo en contextos territoriales inmersos en situaciones de marginación, entendido como un movimiento social que surge durante las décadas de los sesenta y setenta, ante las desigualdades generadas por los intercambios económicos basados en el comercio convencional. Se integra por productores, comerciantes y consumidores que trabajan a favor de un modelo más justo de intercambio comercial, posibilitando el acceso de los productos más desfavorecidos al mercado y ofreciendo mayores oportunidades a los pequeños productores y trabajadores de los países en desarrollo, con el objetivo de generar procesos de desarrollo endógeno en sus comunidades (Guimaraes, 2006).

El apoyo se da a partir del establecimiento de relaciones comerciales equilibradas con pequeños productores basadas en la compra de artesanías y

productos procesados o sin procesar, que en muchos casos, son utilizados como materia prima para elaborar los productos comunes de la organización que apoya, y son puestos a la venta a un precio más elevado con la justificación de que fueron elaborados empleando técnicas no dañinas para el ambiente, y de que se brindará una mayor parte de las utilidades obtenidas a los productores. Como respuesta a este apoyo, los productores se comprometen a proporcionar productos de calidad y a realizar proyectos sociales en beneficio de sus comunidades (Natal, 2006).

Cada uno de los agentes que intervine desempeña un papel estratégico. Los pequeños productores asociados, localizados en Latinoamérica, África y Asia, se organizan en cooperativas, talleres, empresas privadas con finalidad social, organizaciones populares, etc., y participan en la gestión, administración y organización de dichas empresas; las organizaciones de Comercio Justo distribuyen los productos en los países desarrollados, y apoyan a los productores en distintos ámbitos (social, tecnológico, productivo, financiero, etc.); y el consumidor, que está dispuesto a pagar un sobreprecio (que oscila entre un 10 y un 15% por encima del precio del mercado mundial) por un producto, como una forma de contribuir al desarrollo de relaciones comerciales equitativas (García, 1999). De esta manera, la organización de Comercio Justo paga este sobreprecio para que el productor obtenga un ahorro adicional y pueda mejorar sus condiciones de vida. Dicho sobreprecio también contempla, en muchos casos, un beneficio para la organización, que se destina a proyectos de desarrollo, inversiones para el mejoramiento de tiendas o importadoras, o a campañas para fomentar el consumo responsable (Jalin, 2003).

Dentro de las características que definen al Comercio Justo se encuentra el proporcionar a los productores una remuneración superior a la del mercado y precios justos para el contexto local; favorecer la participación de los trabajadores en la toma de decisiones; promover la protección de niños y jóvenes trabajadores; apoyar de manera especial a organizaciones de productores con participación de mujeres y vigilar que su situación mejore en el contexto local; promover condiciones de trabajo adecuadas y prácticas de producción saludables, así como el uso sustentable de los recursos naturales;

buscar que la organización productora logre a mediano plazo un acceso sostenible al mercado convencional, a fin de brindar la posibilidad a otros grupos comunitarios de emprender un proyecto productivo (Sanchis, 2006). Asimismo, financia la producción hasta un 60% de su valor; incentiva la diversificación, la transformación y el acceso directo a los mercados; pretende reducir la cadena de intermediarios que intervienen en el comercio tradicional; reconoce la corresponsabilidad productor-consumidor, y ofrece productos de calidad para satisfacer la demanda de los países desarrollados (Guimaraes, 2006).

1.7.1 Instituciones que participan

Existen diversas instituciones que se encargan de promover y coordinar las acciones de comercio justo, entre ellas se puede mencionar a la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) que se encarga de realizar campañas de información y de presión política con el propósito de lograr extender la adopción de los criterios de Comercio Justo en los intercambios europeos (García, 1999); la Red Europea de Tiendas del Mundo (NEWS) que promueve los criterios de mercado justo, apoya la creación de instituciones nacionales de coordinación en los países donde todavía no existen y organiza campañas para promover el consumo responsable; la Asociación Internacional de Comercio Justo (IFAT) que incluye a grupos de productores del sur y organizaciones de comercio alternativo del norte, y sus principales objetivos son la promoción del Comercio Justo y el intercambio de información entre sus miembros; y la Organización certificadora de Comercio Justo (FLO), que proporciona un certificado a las empresas comerciales que respetan los criterios de Comercio Justo y aceptan un control externo por parte del organismo promotor de la marca (Jalin, 2003).

1.7.2 Conflictos y limitantes del Comercio Justo

A pesar de que las diversas experiencias muestran el alcance que el comercio justo ha ido adquiriendo progresivamente, existen diversos aspectos que funcionan como limitantes de sus acciones. El éxito de las estrategias de comercio

justo depende finalmente de las posibilidades que brinda el mercado para posicionar los productos, es decir, de la demanda de los consumidores de los países desarrollados; por consiguiente, sino se le asigna la importancia que requiere este aspecto se llega al fracaso. Rafael Sanchis señala que en 1990 algunas organizaciones de comercio justo sufrieron las consecuencias negativas de una escasa atención a los indicadores que revelaban un bajo nivel de éxito para muchos productos; un ejemplo de ello fue Oxfam, una organización de Gran Bretaña que se vio en la necesidad de concluir sus operaciones como importadora a finales de los años 90.

Asimismo, el comercio justo presenta dificultades para convertirse en un sistema económicamente viable para un número más grande de empresas; ante ello, su principal reto es lograr que las organizaciones de productores consigan gestionar por sí solas su actividad con la finalidad de romper con las relaciones de dependencia, y proporcionar un espacio a otras comunidades u organizaciones productivas (Sanchis, 2006).

En resumen, el Comercio Justo se presenta como una alternativa comercial planteada desde las políticas globales de desarrollo que puede impulsar la generación de procesos de desarrollo local; permitiendo reafirmar la concepción de los espacios locales como sistemas abiertos, es decir, como espacios construidos socialmente que sólo pueden ser entendidos en su interacción con el ámbito global, interacción que se genera mediante un juego de escalas dado, principalmente, por el establecimiento de redes de distinta índole.

El Comercio Justo adquiere relevancia en nuestra investigación, debido a que la microempresa de cosméticos surge a través de esta estrategia. Como se expuso en la presentación del caso de estudio, en 1990 la localidad de Mazunte experimenta un proceso de reestructuración económica, que permitió configurar una amplia red de cooperación en la que participaron actores (ONG, empresas, gobiernos estatales e internacionales, universidades, embajadas, etc.) de distintas escalas territoriales. Paralelo a ello, una transnacional de cosméticos de Inglaterra, que operaba bajo el concepto de Comercio Justo, extiende su apoyo a la comunidad contribuyendo a la constitución de una

microempresa de cosméticos. La actividad promovida contemplaba como base la sustentabilidad ambiental; se dirigió a las mujeres (consideradas como un grupo vulnerable sin oportunidades de acceder al mercado laboral de la localidad); se capacitó a los miembros de la empresa; se gestionó el financiamiento del proyecto; y se transfirió la tecnología necesaria, así como las formulas, patentes y proveedores de la transnacional.

En este caso, la microempresa no se limitó a comportarse como un socio mercantil de la transnacional, sino como una empresa independiente que produciría su propia línea de cosméticos, y que acorto plazo, se encontraría bajo la gestión y dirección de los socios que la integraban; aspecto que constituye uno de los objetivos del Comercio Justo.

En síntesis, nuestro estudio de caso muestra que a través de una estrategia de carácter global se puede llegar a configurar una dinámica de desarrollo en entornos locales; proceso en el que la conformación de redes en distintas escalas territoriales, adquiere un papel estratégico para la movilización de recursos externos, mismos que a partir de una dinámica de endogenización generan beneficios al interior del colectivo.

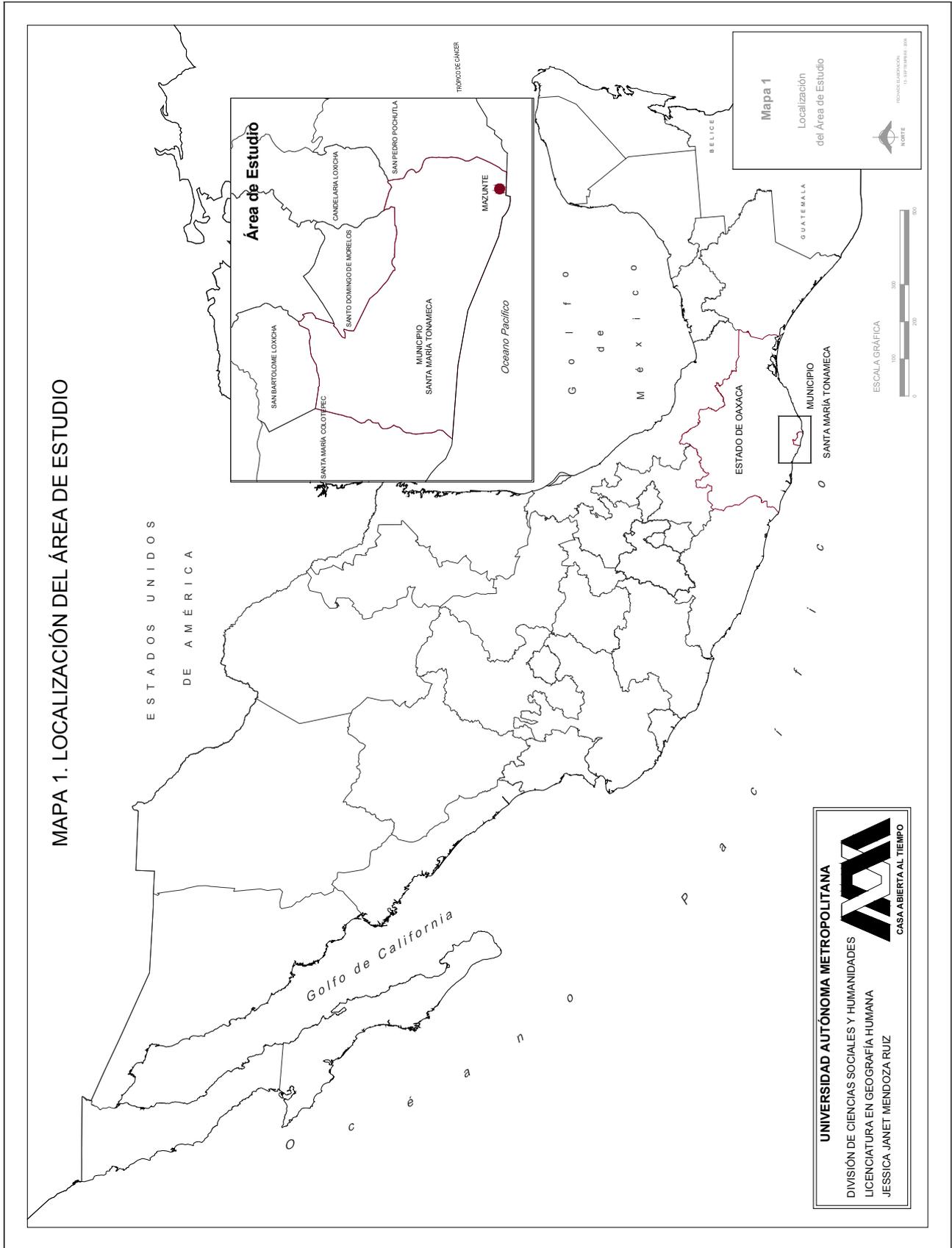
2. Contexto socioeconómico de la localidad de Mazunte

Mazunte está ubicado en la costa del Pacífico sur de México; forma parte de las 98 localidades que actualmente integran al Municipio de Santa María Tonameca (INEGI, 2005), Municipio localizado en el Estado de Oaxaca (Mapa 1). A lo largo de su historia, Mazunte ha experimentado diversas transformaciones en su estructura económica, estimuladas por los procesos de crisis que han sufrido las actividades que constituyeron la base de la economía local en determinados momentos. En este sentido, se puede hablar de tres periodos que son representativos de la trayectoria económica de la localidad: el primero, desde su fundación, 1950 hasta el año de 1967, caracterizado por el desarrollo de la agricultura y la pesca, principalmente de subsistencia; el segundo, de 1967 a 1990, marcado por el surgimientos de la industria de la tortuga; y el tercero, desarrollado a partir del colapso de esta industria (1990) y caracterizado por el emprendimiento de nuevas actividades económicas pertenecientes a los sectores secundario y terciario (Salinas, 2003).

Cada periodo no sólo fue acompañado del desarrollo de nuevas actividades económicas, sino que estuvo marcado por la manifestación de múltiples impactos de carácter socio-territorial, es por ello, que el estudio de estos tres momentos comporta una gran relevancia para la comprensión de la dinámica actual de la localidad, y del proceso de constitución de la microempresa “Cosméticos Naturales de Mazunte”.

La estructura del capítulo se compone de cuatro apartados, en el primero se muestra la evolución del tejido socioproductivo de la localidad durante el periodo comprendido entre 1950 y 1990. En el segundo se analiza el proceso de reestructuración de la economía local, desarrollado a partir del colapso de la industria de la tortuga. El tercero se centra en el proceso de constitución de la fábrica de cosméticos, haciendo énfasis en el papel jugado por la transnacional The Body Shop. Finalmente, en el cuarto se plantean los principales impactos socio-territoriales generados con el establecimiento de la industria. Cabe mencionar, que el capítulo se elabora mediante la recopilación bibliográfica de trabajos referentes al contexto local y a la dinámica productiva estudiada; así como con las entrevistas realizadas durante el trabajo de campo.

MAPA 1. LOCALIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO



2.1 Antecedentes: Proceso evolutivo del tejido económico local

El proceso de poblamiento de la localidad se inicia en 1950, desarrollado por campesinos provenientes de la sierra que emigraron a la zona costera tras vender sus tierras a la industria forestal; el objetivo de su desplazamiento se centro en la adquisición de nuevos terrenos para el cultivo. De esta manera, la agricultura constituyó la primera actividad económica importante de la localidad; la mayoría de los productos que se obtenían se destinaban para el consumo familiar y el excedente era llevado a Pochutla (Distrito del Municipio de San Pedro Pochutla) para su venta (Salinas, 2003). Tiempo después se desarrolla la pesca, y en menor medida, la ganadería. Sin embargo, eran actividades que, al igual que la agricultura, estaban dirigidas al autoconsumo y sólo un escaso porcentaje de la población las practicaba con fines comerciales; esto a consecuencia de la falta de técnicas y elementos necesarios para elevar la producción (Flooster y Barkin, 1994).

La agricultura y la pesca fungieron como las principales actividades de la localidad hasta 1967, año que representa el inicio de una nueva fase para la economía local, ya que surge una actividad distinta a las que se venían practicando: la industria de la tortuga marina, cuyo desarrollo se vio estimulado por la abundancia de la especie en la región costa del estado de Oaxaca (Salinas, 2003).

La explotación de la tortuga marina en Oaxaca, se inicia desde 1966 en la localidad de San Agustínillo (situada al oeste de Mazunte). Esta actividad fue practicada por pobladores provenientes de Puerto Escondido y del Estado de Guerrero quienes contaban con permiso para efectuarla. Para el año de 1967 se vende el permiso a una Sociedad Anónima de españoles llamada PIOSA (Pesquera Industrial de Oaxaca, S.A.); esta empresa construyó un rastro de tortugas, mismo que permaneció funcionando hasta 1990. En 1980 el rastro es comprado por el gobierno estatal a través de Productos Pesqueros Mexicanos (PROPEMEX), y a su vez, en 1986 PROPEMEX vende el rastro a cinco cooperativas que contaban con franquicia para pescar tortuga; una de ellas S.C.P.P. Mazunte, Zipolite, San Isidro, S.C.L. era de Mazunte y San Agustínillo y en la actualidad está en funcionamiento (Flooster y Barkin, 1994).

La instalación del rastro representó una fuente de empleo de gran relevancia para el contexto regional; fungió como el principal factor que incrementó el movimiento migratorio de los habitantes de la región hacia la localidad de Mazunte; localidad colindante con San Agustín en la que se estableció la población que desempeñaba alguna actividad relacionada con el rastro, debido a que a partir del desarrollo de esta industria, San Agustín dejó de ser un sitio apropiado para constituirse como asentamiento poblacional, ya que sus condiciones sanitarias eran inadecuadas (Gómez,1996). De esta manera, Mazunte se conformó por habitantes de distintos lugares, principalmente de la región, como San Isidro, El Venado, Pochutla, Los Loxichas, Puerto Escondido, Puerto Ángel, Zipolite, etc. así como del Estado de Guerrero; población que se incorporó al trabajo brindado por el rastro(Salinas, 2003).

En esta industria se aprovechaba de manera total la tortuga, con su procesamiento se obtenían cuatro productos, carne, piel, harina y aceite; esto a su vez se complementaba con la comercialización de los huevos. En torno a esta actividad productiva se desarrolló una dinámica espacial de gran importancia, ya que a partir de ella se tejían múltiples relaciones intra e interregionales dadas por los intercambios económicos que la actividad exigía: la carne se llevaba a Zapopan, Jalisco, donde la vendían a intermediarios y se exportaba a Japón; la piel se distribuía en la ciudad de México y en León Guanajuato; la harina se enviaba a la Ciudad de México para venderla como abono de plantas o alimento para animales; el aceite igualmente se distribuía en la Ciudad de México; y finalmente, los huevos se comercializaban entre algunas de las localidades de la región costa del estado, como Río seco, Mazunte, Escobilla, etc. (Gómez,1996).

El rastro operaba bajo una división del trabajo muy marcada y jerarquizada; primero se encontraban los pescadores, peladores y destazadores, que realizaban los trabajos mejor pagados; le seguían los saladores, y después los checadores quienes llevaban un control de toda la producción. Estaban también los maquinistas encargados de vigilar el procesamiento del aceite y la harina; y por último, se encontraban los peones quienes realizaban las tareas más pesadas y con bajo sueldo. Sin embargo, el rastro beneficiaba casi a la

totalidad de los habitantes de la localidad, a través de la generación de empleos directos e indirectos (Flooster y Barkin, 1994).

Esta industria fue el centro de la economía local durante más de veinte años. No obstante, su práctica se realizó de forma insustentable, y a consecuencia de la sobre explotación, la especie entró en peligro de extinción. Estos acontecimientos estimularon una serie de inconformidades ejercidas por distintos organismos nacionales e internacionales, quienes presionaron al gobierno mexicano para dar fin a la actividad; hechos que motivaron la declaración de una veda total y permanente a partir de 1990 en todo el país.

La veda de la tortuga fue una medida instrumentada por el gobierno federal, bajo el compromiso de reorientar la producción pesquera de las cooperativas y de asumir el cuidado de su conservación. De esta manera, se estableció un convenio entre el gobierno federal y los gobiernos de Oaxaca, Guerrero, Michoacán y Jalisco junto con las cooperativas pesqueras, para ofrecer nuevas alternativas de aprovechamiento de otros recursos marinos (Salinas, 2003).

En el caso concreto de Mazunte, esta ley representó un gran avance en términos ambientales; pero en el ámbito social se expresó en una crisis socioeconómica para el conjunto de la comunidad; ya que casi la totalidad de la población económicamente activa¹ quedó desempleada (Gómez, 1996). Ante esta situación, un porcentaje de la población local optó por dedicarse nuevamente al campo y a la pesca de otras especies. Otros optaron por emigrar hacia las localidades aledañas en busca de empleo, pero a falta de experiencia laboral, se incorporaban a trabajos donde obtenían salarios precarios. Asimismo, un escaso porcentaje de habitantes emigro hacia Estados Unidos. Sin embargo, a pesar de las medidas tomadas, no se encontraron las soluciones adecuadas para restaurar la economía local.

¹ De acuerdo al XI Censo General de Población y Vivienda elaborado por INEGI, en 1990 había 469 habitantes de los cuales 120 representaban la población económicamente activa.

2.2 Reestructuración de la economía local: Emprendimiento de nuevas alternativas de empleo

Las soluciones tomadas por el gobierno federal tras la veda de la tortuga se centraron en indemnizar a las cooperativas afectadas con lanchas y avíos de pesca; elementos que sólo beneficiaron al grupo que las controlaba, pero para el resto de la población ocupada en este sector de actividad, no se propuso ninguna medida que atenuara su situación:

El gobierno sólo dijo se deja de realizar esa actividad y punto; pero no dijo que haríamos nosotros, de que viviríamos ahora. No dijo aquí están otros empleos en los que pueden colocarse (Emilio Martínez, ex-pescador. Entrevista , junio, 2007).

En este estado de cosas, ECOSOLAR una ONG nacional que había promovido activamente la veda de la tortuga, en 1991 realizó una intervención en la costa de Oaxaca a fin de brindar apoyo a las comunidades que habían sido afectadas por el decreto. ECOSOLAR es una organización no gubernamental que apoya a comunidades del medio rural; desde 1983 trabaja impulsando la creación de programas y proyectos para el desarrollo sustentable de diversas regiones de México, Centroamérica y Sudamérica. Para ello, realiza en conjunto con comunidades rurales, instituciones, empresas, universidades, etc. un trabajo educativo integral que se concentra en brindar capacitación técnica y organizativa, así como en transferir tecnología (Salinas, 2003).

De esta manera, ECOSOLAR junto con la empresa mexicana grupo CONDUMEX, crean un plan de desarrollo denominado “Programa para el desarrollo Sustentable de la Costa de Oaxaca” cuyo propósito fue brindar soluciones de carácter integral a la problemática socioeconómica y ambiental de la región costera de Oaxaca. El programa abarco desde Mazunte hasta Puerto Escondido, zona que contaban con un alto deterioro socioambiental. Para el caso de Mazunte, se tenían por objetivos, la restauración del ecosistema; la búsqueda de actividades económicas alternas, desarrolladas a partir del uso racional de los recursos naturales existentes en el territorio; así como estimular la organización comunitaria autogestiva, la participación de

todos los sectores sociales, e incrementar el interés gubernamental a nivel federal, estatal y municipal (Gómez, 1996).

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, entre 1991 y 1992 se impartieron cursos de capacitación referentes a diversos temas como educación ambiental, autogestión, organización y administración comunitaria, gestión de proyectos, promoción turística, autoconstrucción, creación de huertos familiares, producción de artesanías (serigrafía) y alimentos para la venta, etc. A raíz de esto, se dio inicio a un proyecto ecoturístico, que implicó la adaptación de los hogares para brindar hospedaje a los turistas; el desarrollo de un programa de reforestación; la construcción de sistemas de agua potable, viveros, letrinas ecológicas, estufas ahorradoras de leña, sistemas de riego y plantas de producción de fertilizantes orgánicos; la creación de cuatro empresas comunitarias: un taller de serigrafía, una fábrica de adoblocks, un bungalow (en torno al cual se formó una cooperativa de diez socios), y una fábrica de cosméticos; de las cuales, actualmente sólo dos están en funcionamiento, el bungalow que con su venta ha quedado en manos de extranjeros, y la fábrica de cosméticos que es el único de estos cuatro proyectos que sigue en pie bajo la gestión de los pobladores locales (Ibidem.).

Debido a que Mazunte no se consideraba un destino turístico importante dentro del contexto de Oaxaca, la localidad no contaba con un flujo turístico que estimulara el emprendimiento del proyecto. Sin embargo, en 1992 empieza a ser promovido por medio de revistas y viajes de estudiantes universitarios organizados por ECOSOLAR, acontecimientos que constituyeron el impulso inicial para la generación de una corriente turística estable hacia la localidad (Salinas, 2003).

La creación del Centro Mexicano de la Tortuga, que actualmente es un museo vivo de la tortuga, fue una medida instrumentada por el gobierno federal para contribuir a la conservación de la especie e incrementar el flujo turístico hacia la zona en apoyo a la comunidad. Cabe mencionar que este centro estaba presente en la localidad desde 1979, pero bajo el nombre de Centro de Investigación de la Tortuga Marina; sus funciones se limitaban a la investigación y conservación, y estuvo bajo la dirección de diferentes

organizaciones, primero de PIOSA (empresa que lo creo), después de PROPEMEX, y más tarde del Instituto Nacional de Pesca, mismo que en 1992 lo adapto para sus funciones actuales con el apoyo de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

La construcción del Centro Mexicano de la Tortuga incrementó de manera temporal y relativa el empleo en la localidad, ya que los hombres fueron contratados principalmente como peones de la obra, y las mujeres se beneficiaron de los empleos indirectos que se generaban, como la venta de alimentos a los empleados. Sin embargo, no se brindo la capacitación adecuada, que permitiera a la población local mantenerse en el trabajo, por lo que se contrató a gente de otros lugares de la región para concluir la obra y llevar a cabo las actividades que requería (Gómez, 1996). A pesar de ello, su papel como atractivo turístico ha generado beneficios indirectos en la comunidad desde su apertura (1994); y su construcción, en conjunto con los demás proyectos creados dentro del programa de desarrollo, han permitido integrar a la localidad al corredor turístico Puerto Escondido-Bahías de Huatulco, con lo que se ha contribuido a mejorar las condiciones socioeconómicas de la comunidad.

Por otra parte, es importante mencionar que en el programa de desarrollo también participaron otros actores, como el Fondo Nacional de Empresas de Solidaridad (FONAES) realizando una aportación financiera para la infraestructura de hostales, cabañas y servicios; la embajada de Canadá que apoyó la construcción del sistema de agua potable; algunos centros de investigación como la UNAM que realizó el plan de ordenamiento del proyecto, definiendo la vocación socioeconómica y ambiental de la localidad; así como empresas nacionales y extranjeras (Salinas, 2003). Ejemplo de ello, es la transnacional The Body Shop que a partir de la noción de Comercio Justo, apoyó la creación de la fábrica de cosméticos², actividad que de acuerdo a la organización socioeconómica bajo la que opera, puede ser considerada como un núcleo impulsor de desarrollo en su comunidad, y es por ello, que constituye la unidad de estudio de esta investigación.

² Información obtenida en www.bioplaneta.com.mx

2.3 Transnacionalismo solidario: Constitución de la fábrica de cosméticos

Generalmente se piensa que las corporaciones transnacionales sólo buscan maximizar los beneficios para la propia actividad, y que la dinámica socioproductiva bajo la que operan, no les permite contribuir a conformar un proceso de desarrollo local en el territorio que les proporciona los recursos necesarios para la producción. Sin embargo, algunas empresas transnacionales han creado ciertas estrategias a partir de las cuales, pueden contribuir al desarrollo comunitario (aunque no están exentas de ser tácticas de mercado para obtener un posicionamiento diferenciado); una de estas estrategias se apoya en la noción de *comercio justo*, que implica establecer relaciones comerciales equilibradas con comunidades rurales a fin de mejorar sus condiciones socioeconómicas. El apoyo se da a partir de la compra de productos procesados o sin procesar, que son utilizados como materia prima para elaborar los productos comunes de la empresa que apoya, y son puestos a la venta aun precio más elevado con la justificación de que fueron elaborados empleando técnicas no dañinas para el ambiente, y de que se brindará una mayor parte de las utilidades obtenidas a los productores rurales.

The Body Shop es una empresa transnacional de cosméticos que ha incorporado la noción de comercio justo a su dinámica socioproductiva. Desde finales de los años 80, ha establecido relaciones comerciales con grupos locales desfavorecidos; en la actualidad estas relaciones se han extendido a más de 25 países, dando origen a una serie de proyectos denominados, Proyectos Ayudar Comerciando (Natal, 2006). Su dinámica se basa en un intercambio, en el que The Body Shop ofrece asesoramiento y capacitación en términos logísticos para que un grupo social determinado, cuente con los elementos necesarios que le permitan desarrollar una actividad productiva apoyada en la filosofía de la sustentabilidad ambiental. La transnacional adquiere a cambio, productos de calidad pagando un precio justo por ellos. Algunos de los productos generados a partir del establecimiento de este tipo de relaciones comerciales, se venden a precios un poco más elevados de lo común, justificando que parte del dinero que se obtendrá de las ventas, será destinado al apoyo de una comunidad³. De esta forma, la transnacional no sólo

³ Información obtenida en www.thebodyshop.es

obtiene beneficios propios, sino que crear efectos positivos en las comunidades receptoras.

Sobre la base de estos principios, en 1993 The Body Shop apoyó el desarrollo de un proyecto productivo en la localidad de Mazunte, con el propósito de brindar a las familias de ex-pescadores una forma alternativa de ingresos, y de contribuir a la protección de las tortugas. El contacto se estableció a través de ECOSOLAR, y de esta forma, el corporativo tomó la iniciativa de participar en el programa de desarrollo de la localidad. El proyecto consistió en la creación de una microempresa de cosméticos destinada a ser un proveedor de materiales orgánicos para The Body Shop (estrategia que generalmente empleaba con otros grupos comunitarios); eventualmente la idea se transformó por considerarse inviable, y se optó por crear una empresa productiva local que produjera y negociara su propia línea de cosméticos, y que a la vez, permitiera atender las necesidades de empleo de la población, principalmente de las mujeres, ya que nunca se desarrollaron alternativas de empleo estables para ellas, y la cultura de la comunidad fungía como una limitante para que se incorporaran al mercado laboral.

De esta forma, se elaboraron cinco criterios para la conformación de la fábrica:

- 1) Crear una empresa con mujeres pertenecientes a familias de ex-pescadores como beneficiarias directas y dueñas 100% de la empresa
- 2) Que en el mediano plazo, las principales materias primas fueran productos locales cultivados orgánicamente, para fomentar una agricultura sustentable
- 3) Que la empresa se integrara a los demás proyectos, especialmente al de ecoturismo
- 4) Que cuando se lograra una estabilidad financiera, parte de las ganancias obtenidas se destinaran al beneficio de la propia comunidad y al desarrollo de otros proyectos productivos en la región
- 5) Que su construcción se realizara a través del uso de materiales locales, de tal forma que se generaran menores impactos en el ambiente (Natal, 2006).

Con base en estos criterios, se invitó a las mujeres a participar en el proyecto, pero a consecuencia de que a la mayoría se les impedía trabajar, sólo se formó un grupo de 14 mujeres, por lo que se incorporaron hombres.

The Body Shop

The Body Shop se funda en el año de 1976 en Brighton, costa sur de Inglaterra, e inicia con una pequeña tienda ofreciendo una gama limitada de productos. Sin embargo, con el paso del tiempo fue creciendo hasta consolidarse como lo que es hoy, una transnacional. Actualmente la unidad productiva sigue localizada en Brighton, desde donde se distribuyen los productos a 2000 tiendas que ha establecido en 51 países.

Los principios que rigen la filosofía de esta empresa son:

Sustentabilidad ambiental

Su organización productiva se basa en el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. Los productos son elaborados con materiales orgánicos, y los envases que se emplean son reciclables, de tal forma que se generen menores impactos en el ambiente.

Asimismo, esta empresa promueve la protección de los animales realizando una campaña activa en contra de la experimentación en ellos. A diferencia de otras industrias cosméticas, The Body Shop emplea diferentes métodos (sin recurrir a animales) para probar sus productos antes de lanzarlos al mercado.

Defensa de los derechos humanos

En términos laborales, esta empresa realiza una importante acción enfocada a la protección de los derechos humanos, para esto, establece relaciones estrechas con sus proveedores a fin de vigilar el cumplimiento de las normas laborales.

Con 20 personas se emprendió el proyecto; aunque al término del establecimiento de la empresa sólo permanecieron 15 familias locales, entre otros aspectos, por que los beneficios no fueron inmediatos y la percepción de un sueldo fue tardía.

En el proceso de conformación participaron distintos actores. ECOSLAR se enfocó en la gestión de los fondos para la construcción y equipamiento de la fábrica. The Body Shop apoyó proporcionando sus fórmulas y sus patentes, así como con la capacitación de los beneficiarios y un fondo para la construcción de la planta al que se sumo inicialmente el Consejo Británico en México, y posteriormente USAID, la embajada de Canadá, la Universidad de Stanford, la Universidad Iberoamericana y el Gobierno del Estado de Oaxaca (Gómez, 1996). Asimismo, los beneficiarios participaron con la compra del terreno, y con trabajo comunitario o tequio para la construcción de la planta.

Este proceso, concluyó en la constitución de la microempresa Cosméticos Naturales de Mazunte S. de S.S. que inició actividades en 1994 (Salinas, 2003).



Como se observa, The Body Shop fue un actor relevante en el proceso de constitución de la empresa; proporcionó la idea para el desarrollo de la actividad, brindó los elementos necesarios para su establecimiento, como la capacitación en el área productiva, sus fórmulas y patentes, un fondo para la construcción de la planta, y posteriormente, el contacto con proveedores de materias primas establecidos en la Ciudad de México; asimismo, apoyó para distribuir y promocionar los productos. Aspectos, que de acuerdo a la manera en la que se desarrollan y llevan acabo, podrían englobarse bajo la idea de transnacionalismo solidario.

Cabe mencionar, que la ONG ECOSOLAR fue otro agente importante, ya que estableció las redes necesarias para gestionar el apoyo financiero y logístico que la cooperativa requería. Esta ONG también participó de diferentes formas

en la consolidación de la organización; proporcionó dos años de salario de una coordinadora y ocho meses de un administrador, mientras los socios lograban coordinar la empresa por si mismos (Natal, 2006). Esto, permitió que los beneficiarios aprendieran- haciendo, facilitando así su empoderamiento. De la misma manera, en las fases iniciales enviaba desde la Ciudad de México las materias primas necesarias para la producción, y apoyó en la promoción de los productos, a través de folletería y entrevistas en televisión. Asimismo, impartió una serie de cursos a distintos miembros de la organización en temas como administración, resolución de conflictos, computación, y capacitación en ventas (quienes tomaban las capacitaciones transmitían lo aprendido a otros miembros de la organización). Logró también que tres de los socios tomaran cursos de administración y computación en la Universidad del Mar de Puerto Ángel. Estas intervenciones en las etapas gestacionales fueron cruciales para la consolidación de la organización, principalmente por que los socios comunitarios no contaban con la formación adecuada para desempeñar las actividades que la cooperativa requería (Natal, 2006).

2.4 Estructura de la propiedad

Como una estrategia para asegurar la continuidad de la actividad, la cooperativa fue organizada de tal forma que sus acciones no fueran vendibles sino transferibles. Esto implica que cuando un miembro no quiere o no puede continuar en la sociedad tiene la opción de transferir su acción a algún familiar, o en todo caso, a otro miembro de la comunidad, pero nunca venderla ni demandar lo correspondiente a su participación accionaria; hecho que da certidumbre a la posesión del resto de los miembros y a la sostenibilidad de la cooperativa. De la misma manera, los socios acordaron que cada vez que uno de los miembros decide salir, debe de transmitir sus conocimientos al que se le transfiere la acción; lo que renueva el sentido de apropiación por parte de los socios, además de que la organización garantiza de esta manera que el conocimiento aprendido se mantenga a su interior (Natal, 2006).

2.5 Conflictos iniciales

Una vez iniciadas las actividades, se manifestaron distintas limitantes que afectaron temporal y relativamente el desempeño de la cooperativa. Una de estas limitantes, fue la escasez de ventas, acontecimiento que fungió como una de las principales causas para que algunos de los socios desertaran, ya que se pensó que quizá la actividad no sería rentable. Sin embargo, se buscaron ciertas alternativas para estimular las ventas, como el cambio de presentación del producto; la promoción de los artículos a través de su distribución en las tiendas de The Body Shop; la participación en ferias enfocadas a la venta de productos artesanales; y el establecimiento de vínculos con agencias de viajes de algunos destinos turísticos de la región, para que tomaran a la fábrica como un punto central en sus recorridos, de tal forma que al dar a conocer su historia, se estimulará a los visitantes a consumir los artículos.

Otro conflicto presentado en las etapas iniciales fue la salida de ECOSOLAR. Como se menciona en los apartados anteriores, esta ONG no sólo impulsó la conformación de la microempresa de cosméticos, sino a la comunidad en general con el desarrollo de nuevas alternativas de empleo, como el ecoturismo y otras empresas comunitarias. No obstante, su presencia e influencia en las decisiones de la comunidad generó una serie de desacuerdos y desconfianza entre los habitantes locales, principalmente, por que consideraban que la organización estaba apoyando la creación de nuevos grupos, la emancipación de las mujeres y sobretodo definiendo de manera particular, el crecimiento económico de la región (Natal, 2006). De igual forma, se afirmaba que este grupo obtuvo fondos económicos para las obras de la comunidad que no habían sido invertidos en su totalidad; a consecuencia de ello, se solicitó su expulsión (Flooster y Barkin, 1994).

La salida de ECOSOLAR, se expresó en una serie de desequilibrios para la empresa de cosméticos. A pesar de ello, a corto plazo fue un acontecimiento que creó múltiples ventajas para la organización, ya que permitió romper la relación de dependencia existente, y presionó a los socios a asumir el control y llevar por si mismos la coordinación; aunque la ONG los siguió apoyando desde la Ciudad de México (Salinas, 2003).

Pese a estas complicaciones, las estrategias tomadas se vieron reflejadas en el crecimiento de la empresa. Con el incremento de las ventas, se logró invertir en dos terrenos colindantes a la fábrica, que durante el 2001 fueron empleados para la construcción de una oficina y una bodega a través de un fondo adquirido por ECOSOLAR. Asimismo, los beneficios obtenidos permitieron desarrollar otros proyectos, como la creación de una planta de tratamiento de agua, y la construcción de dos cabañas en la parte superior, que fue un proyecto alternativo para adquirir mayores ingresos.

2.6 Impactos socio-territoriales

Los cambios que experimentó Mazunte a partir de 1991 no sólo transformaron su estructura económica, sino que también influyeron en las prácticas, usos y costumbres de la población local; acontecimientos que se expresaron en el fortalecimiento de la organización comunitaria autogestiva para el trabajo; así como en la incorporación de la comunidad a la protección del entorno, estimulando de esta forma, el control adecuado de la utilización de los recursos (Salinas, 2003). De la misma manera, la transformación del papel tradicional de la mujer, su incorporación al mercado laboral, y su empoderamiento, son aspectos que se ubican dentro de los principales cambios sociales desarrollados en este proceso de transición económica.

Antes de la veda de la tortuga, los empleos existentes en la localidad eran exclusivos para los hombres; socialmente las mujeres tenían prohibido trabajar, y debían dedicarse únicamente a la realización de labores domésticas. Es decir, los hombres pertenecían al espacio productivo y las mujeres al espacio reproductivo. En términos concretos, era una sociedad patriarcal opresiva en diversos ámbitos, que se expresaba en relaciones de género desiguales. Sin embargo, esta situación se tornó distinta a partir del cierre del rastro (que implicó el desempleo de la población masculina), y de la posterior intervención de ECOSOLAR. De esta manera, con el desarrollo de nuevas alternativas de empleo, y como una necesidad para superar la crisis económica que experimentaba la localidad, las mujeres se incorporaron al mercado laboral;

aspecto que en algunos ámbitos, permitió romper con las condiciones desiguales y opresivas hacia ellas.

Al igual que en Mazunte, existen otros contextos socio-territoriales que han experimentado situaciones semejantes; como lo muestra Linda McDowell y Doreen Massey (1987) en uno de sus estudios sobre la dinámica social desarrollada durante el siglo XIX, en las áreas carboníferas de Co. Durham, noroeste de Inglaterra. En estas zonas, la separación de la vida de los hombres y las mujeres era total; todos los hombres trabajaban en las minas y fungían como los sostenedores de la familia; las mujeres por su parte, se centraban en las labores domésticas. Era una sociedad rígidamente jerárquica y patriarcal.

Desde mediados de siglo, el trabajo de las mujeres estuvo prohibido, y los empleos para ellas eran escasos: servicio doméstico para las mujeres jóvenes, y para las casadas, empleos mal pagados y ocasionales como lavado de ropa, cuidado de niños, y decoración. No obstante, la mayor parte de las familias se encontraba en situaciones precarias, dependían únicamente del salario masculino, y por tanto, no podían pagar ese tipo de servicios. En términos generales, las mujeres se encontraban en una posición de subordinación y dominio; la prohibición de su participación en el mundo laboral, también significaba su exclusión de la vida política y social.

Sin embargo, el declive del trabajo en las minas (producto de los cambios de la economía de pos-guerra en Bretaña), no sólo puso en riesgo el trabajo masculino, sino también la forma de vida tradicional de la sociedad; ya que fungió como uno de los principales factores que orillo a las mujeres a insertarse al mercado laboral. Este acontecimiento se complementó con la llegada de nuevas alternativas de empleo destinadas principalmente a las mujeres, debido a que no contaban con tradición ni en el trabajo remunerado, ni en la experiencia sindical, elementos que resultaban atractivos para las industrias que abrieron filiales de sus plantas en el noroeste de Inglaterra entre los sesenta y setenta. De esta manera, en los inicios de los años sesenta la mayoría de las mujeres adultas de las antiguas áreas carboníferas tenían trabajos remunerados fuera de sus casas.

A pesar de que el caso presentado se desarrolla en un contexto espacio-temporal distinto al de Mazunte, ambos manifiestan situaciones similares, mostrando como a partir del declive de una actividad económica (relevante para el entorno local y designada para la población masculina), las mujeres se ven en la necesidad de incorporarse al mercado laboral; siendo esto, un elemento decisivo en la ruptura de los patrones sociales tradicionales, que contribuyó a cambiar paulatinamente las condiciones sociales de las mujeres; aunque la desigualdad en las relaciones de género no desaparece en su totalidad.

En el caso de Mazunte, la reestructuración económica permitió a las mujeres incorporarse al sector servicios, ya sea en el área turística (brindando servicios de hospedaje), en la comercial (vendiendo alimentos, artesanías, etc.) o bien, prestando servicios de carácter doméstico. Sin embargo, una de las actividades que generó un mayor impacto en este rubro, fue la industria de cosméticos; ya que permitió a sus integrantes desarrollar habilidades y capacidades para desempeñarse en un oficio no tradicional para mujeres. De igual forma, las capacitaciones brindadas no sólo se enfocaron a la dinámica productiva como tal, sino ha contribuir a que las socias adquirieran una actitud emprendedora e independiente, acciones que se vieron reflejadas en un proceso de empoderamiento, que posteriormente fue transmitido al resto de las mujeres de la comunidad, generando de forma relativa, cambios en los patrones desiguales de género:

“Fundación vamos”, es una institución que se dedica a trabajar con grupos de mujeres, ellos organizaron talleres de auto estima, de trabajo en equipo. En esos talleres nos enseñaron que sí valemos como mujeres, que somos útiles, y a evitar la violencia intrafamiliar. Las capacitaciones nos han ayudado a cambiar, a superarnos”
(Donaciana López, responsable de tienda de la microempresa. Entrevista abril, 2007).

El empoderamiento implica desplegar la capacidad de controlar e influir en decisiones que tengan que ver con el medio físico, social, cultural, político, económico y natural, de una sociedad. Es un término que frecuentemente se

emplea para describir un proceso por medio del cual aquellos sin poder (en este caso las mujeres), obtienen una mayor medida de control sobre los recursos y los procesos de decisión. Conlleva a que la persona se transforme en agente activo como consecuencia de un accionar que varía de acuerdo a cada situación (Rowlands, 1997). De esta manera, el empoderamiento, por sus implicaciones en la construcción de nuevas formas de poder y en la redistribución del mismo, resulta necesario para la construcción de la equidad en el desarrollo de espacios locales y regionales (Pérez, 2004).

En este sentido, la conformación del proceso de empoderamiento efectuado por las mujeres que integran la microempresa, se observa en diferentes ámbitos; a nivel personal, adquirieron independencia en sus decisiones, mayor seguridad, perdieron el miedo de expresarse y, en algunos casos, de salir de su comunidad; a nivel familiar, se toma en cuenta su participación en las decisiones, y la violencia hacia ellas ha desaparecido; a nivel local, han adquirido mayor respeto, y ocupan diversos cargos en la comunidad, obteniendo mayor presencia. En síntesis, estos aspectos constituyen factores esenciales tanto en el desempeño de la actividad productiva, como en la generación de cambios sociales que contribuyen a la equidad social:

Antes no era lo que ahora soy. Al inicio me daba pena hablar con los turistas que nos venían a comprar, me escondía atrás de la puerta; pero ahora no, ahora puedo hablar, dar entrevistas, salir de la comunidad. Yo quiero a mi trabajo por que me ha dado mucho, y también me ha costado mucho mantenerlo. Mi esposo durante mucho tiempo se opuso a que yo trabajara y igual que a todas, mi esposo me pegaba; no me permitía hablar con nadie, y todo el tiempo que estaba aquí en la fábrica, me cuidaba. Pero he aprendido a valorarme como mujer, al igual que todas las que trabajamos aquí. Yo quería hacer más cosas, sacar a adelante a mis hijos, por eso me divorcie; y ahora me siento bien por todo lo que he logrado por mi misma. (Reina Rosario, responsable de ventas de la microempresa. Entrevista junio, 2007).

Nosotras también ayudamos a las mujeres de la comunidad, lo que nos han enseñado se lo transmitimos a ellas. Muchas trabajan, tiene su propio negocio, y han aprendido a organizarse como nosotras, y a valorarse como mujeres.

Se defienden, y no permiten que les peguen; aunque hay algunas que aun viven así, pero es por que ellas lo permiten y no entienden que no tienen por que soportar eso. (Reina Reyes, responsable del área de ventas de la microempresa Cosméticos Naturales de Mazunte. Entrevista junio, 2007)



En conclusión, la industria de cosméticos representó una alternativa de empleo para las mujeres, desligada de las labores domésticas, que facilitó su empoderamiento, produciendo cambios en el contexto social. No obstante, el alcance de su impacto se extiende más allá de estas acciones: adquirió la función de atractor turístico favoreciendo al resto de las actividades de la localidad; ha apoyado a la población femenina con la generación de empleos indirectos, a través de la contratación de servicios domésticos; y parte de sus ingresos se destinan al beneficio de la comunidad.

De acuerdo a estos aspectos, se ha considerado a la industria un nodo de desarrollo cuya dinámica amerita ser abordada desde la perspectiva del desarrollo local; ello sin perder de vista, que los elementos que perfilan un proceso de desarrollo local, se concentran y perciben en torno a la dinámica de la actividad estudiada, y que el impacto de este proceso aun es limitado.

Como se observa, este capítulo se centro en mostrar el proceso evolutivo del tejido socioproductivo de la localidad, a fin de comprender su contexto económico actual, y de analizar el proceso de constitución y los principales impactos socio-territoriales de la industria de cosméticos. Teniendo estos elementos como base, se procede a analizar la dinámica socio-productiva de la industria, haciendo referencia a las redes sociales, económicas y de innovación

que ha establecido esta actividad; de modo que se permita reconstruir el tejido o entramado territorial formado en torno a ella; puntos que se abordaran en el siguiente capítulo.

3. Dialéctica redes-territorio: Reconstrucción del tejido territorial

“Las redes no carecen de lugar. Conectan lugares específicos, con características sociales, culturales, físicas y funcionales bien definidas” (Castells, 2002).

Uno de los puntos clave de la investigación es analizar la relación existente entre redes y territorio; por ello, el presente capítulo se ha enfocado en el estudio de la dinámica socio-productiva de la industria de cosméticos, de tal forma, que a través de la reconstrucción de las redes sociales, económicas y de innovación que ha establecido a nivel extralocal, se haga visible esta relación.

El capítulo se compone de tres apartados. En un primer momento, se habla de las redes de cooperación que diversos actores han conformado entorno a la actividad, así como de los vínculos establecidos por la empresa en apoyo a otros grupos comunitarios. En un segundo momento, se reconstruyen las redes de carácter económico a través de las cadenas de producción y comercialización; y finalmente, se analizan los principales hitos de aprendizaje e innovación que ha experimentado la industria en su trayectoria. Es importante mencionar, que el capítulo se elabora mediante el análisis de la información obtenida en las entrevistas realizadas a los socios de la microempresa durante los periodos de trabajo de campo, y en menor medida, a partir de la revisión de algunos trabajos realizados sobre el contexto de la localidad y la actividad en particular.

3.1 Redes de cooperación

A lo largo de su trayectoria, Cosméticos Naturales de Mazunte ha mostrado un notable crecimiento, manifestando el alcance de su impacto en diferentes ámbitos de la esfera local. Sin embargo, su dinámica socio-productiva ha dependido, hasta cierto punto, de las redes establecidas con actores de distintas escalas territoriales.

En este sentido, es preciso afirmar que la conformación de redes de cooperación fue decisiva en el desarrollo de la actividad (cuadro 2). La vinculación con la ONG ECOSOLAR, permitió establecer contacto con nuevos actores que adquirieron un papel fundamental en el proceso de constitución de la misma; como es el caso de The Body Shop, actor que (desde la lógica del Comercio Justo) sentó las bases para la conformación y puesta en marcha del proyecto, proporcionando sus fórmulas y patentes, así como con el asesoramiento y capacitación de los socios; y un monto para la construcción de la planta en conjunto con el Consejo Británico en México, USAID, la Embajada de Canadá, la Universidad de Stanford, la Universidad Iberoamericana y el Gobierno del Estado de Oaxaca (Gómez, 1996:72).

Por otra parte, la conformación de redes de cooperación a nivel local también adquirió gran relevancia en el periodo inicial de la actividad, aspecto que se expresó en la unión de los socios para llevar a cabo el proyecto y tomar la responsabilidad de su gestión. La construcción de la planta, a partir del trabajo comunitario o tequio, manifestó el interés de la población por crear una nueva alternativa de empleo que generara un beneficio directo en su propio territorio, reflejando con ello la presencia de una conciencia territorial y del capital social de la comunidad. La conformación de estas redes se sustentó en la relación de confianza existente entre los miembros de la localidad, que fue dada por el hecho de pertenecer a un mismo pasado histórico y cultural, expresado en prácticas, tradiciones e intereses comunes. No obstante, al ser Mazunte una comunidad relativamente cerrada, regida por valores y costumbres particulares, se generó un sentimiento de desconfianza ante los distintos actores que participaron en el desarrollo del proyecto. Sin embargo, estas redes se reforzaron con el paso del tiempo, y en algunos casos se han mantenido hasta la actualidad.

Al respecto, Donaciana López comenta:

nosotros participamos en la construcción de la fábrica con trabajo comunitario, algunas personas de la comunidad también se unieron como una forma de apoyo. Había confianza entre nosotros porque ya nos conocíamos; pero la verdad, teníamos miedo de que

el proyecto se desplomara, o que no pudiéramos, no aprendiéramos las cosas nuevas que nos iban a enseñar, que el grupo que nos apoyaba nos estuviera engañando, porque nosotros también cooperamos con nuestros ahorros para la compra del terreno, era lo único que teníamos (Donaciana López, responsable de tienda de la microempresa. Entrevista abril, 2007).

Los vínculos con The Body Shop se mantuvieron hasta el año 2000. Su acompañamiento durante este lapso, permitió a la fábrica ampliar la línea de cosméticos, mediante las capacitaciones brindadas, y adquirir reconocimiento a través de la distribución de los productos en las tiendas de la transnacional del Distrito Federal. La ruptura de esta relación fue consecuencia de la venta de las franquicias del corporativo, lo que implicó la cancelación de los puntos de distribución que habían establecido. No obstante, la separación fue relativa, ya que se realizó un convenio para que los nuevos propietarios continuaran con el apoyo en otros ámbitos, como en lo referente a la capacitación.

Por su parte, la relación con ECOSOLAR (denominado actualmente Bioplaneta) se ha mantenido hasta el momento. Como se mencionó en el segundo capítulo, esta ONG fungió como intermediaria para la obtención de los recursos iniciales, y apoyó en distintas áreas (administración, capacitación, ventas y promoción). Posteriormente, gestionó diversos fondos para la ampliación de la planta, uno de ellos fue el proporcionado por la “Fundación Vamos” de Puerto Escondido.

En el momento actual, Bioplaneta continúa realizando acciones de particular importancia para el desempeño de la actividad: proporciona a la fábrica información sobre costos y materiales, ubicando recursos más económicos o de mejor calidad, así como proveedores y compradores. De la misma manera, organiza encuentros entre diferentes grupos de emprendedores comunitarios que son relevantes para el intercambio de experiencias y aprendizaje. Actúa como oficina de ventas y distribuidor de los productos en la Ciudad de México; y envía personal técnico que da mantenimiento al equipo y realiza nuevas obras (Natal, 2006:11-12).

3.1.1 Relación con otras organizaciones comunitarias

La microempresa también ha establecido redes de cooperación en apoyo a otros grupos comunitarios, esta acción es parte de un compromiso acordado inicialmente, que consistió en contribuir al desarrollo de otros proyectos de la región una vez que se adquiriera la capacidad para hacerlo.

Ofelia Rodríguez comenta:

hemos dado un fondo a la Cooperativa Ecoturística de Ventanilla para construir un centro de información y un restaurante, también a la Unión de Productores de San Rafael Toltepec para que construyeran una planta para el procesamiento de chocolate, a las mujeres de El Tomatal, ellas producen crema de cacahuete. También damos capacitaciones para que sepan como administrar sus negocios, y damos pláticas de motivación, trabajo en equipo, liderazgo para ayudarlos principalmente (Ofelia Rodríguez, responsable de almacén de la microempresa. Entrevistas abril, 2007).

De la misma manera, han organizado talleres (impulsados por Bioplantea) con distintos grupos de Chiapas y Veracruz, en los que se discute su experiencia, logros, principales conflictos y soluciones. En síntesis, estas redes podrían considerarse como relaciones, que más allá de su fin social, estimulan el aprendizaje a través de la transmisión personal de conocimientos tácitos, enfocado a la innovación en formas de organización.

Reina Rosario lo relata de la siguiente forma:

los talleres nos han servido para apoyar a otros grupos a partir de nuestra experiencia, pero también sus experiencias nos han servido a nosotros para mejorar, cambiar nuestras formas de trabajo. Por ejemplo, nos cuentan que tuvieron un problema y como lo solucionaron, y cuando a nosotros nos pasa lo mismo, ya sabemos como hacerle, o simplemente vemos que su forma de

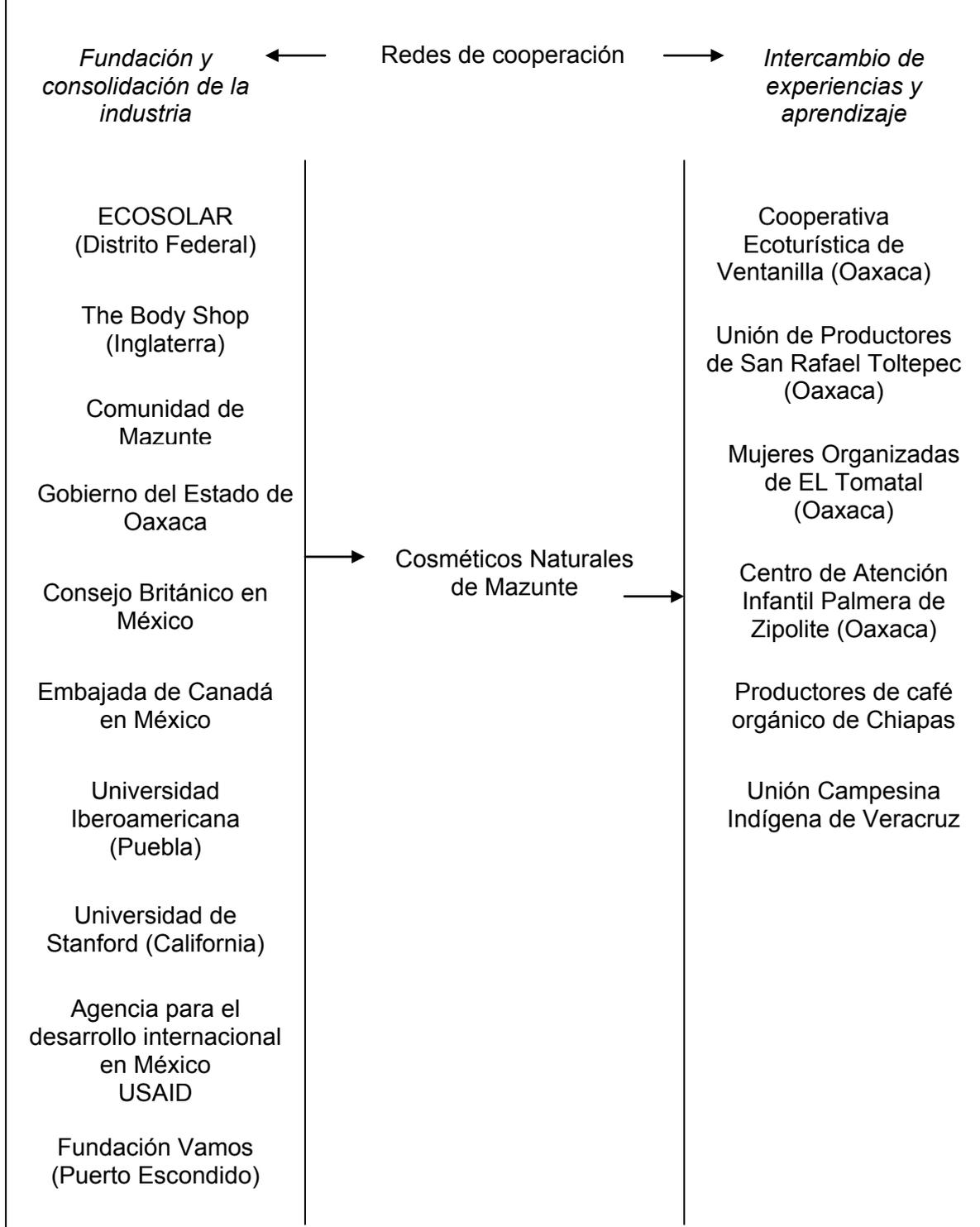
trabajar es mejor o que les da mejores resultados y cambiamos la nuestra (Reina Rosario, responsable de ventas de la microempresa. Entrevista abril, 2007).

Generalmente, estos encuentros culminan en acuerdos para impartir talleres de capacitación proporcionados por la industria, y en nuevas relaciones comerciales, en las que diversos grupos envían sus productos a consignación para que se vendan en la tienda de la fábrica.

De esta manera, la fábrica es un punto de venta del café orgánico de Chiapas y de la Unión Campesina Indígena de Veracruz; del chocolate orgánico de San Rafael Toltepec; de las artesanías fabricadas por los niños discapacitados del Centro de Atención Infantil Palmera de Zipolite; y de los productos de las mujeres organizadas de El tomatal.



Cuadro 2. Actores y redes de cooperación en la formación de la fábrica de cosméticos



Elaboración propia

3.2 Reconstrucción de las redes económicas: Canales de comercialización y producción

3.2.1 Relación con distribuidores

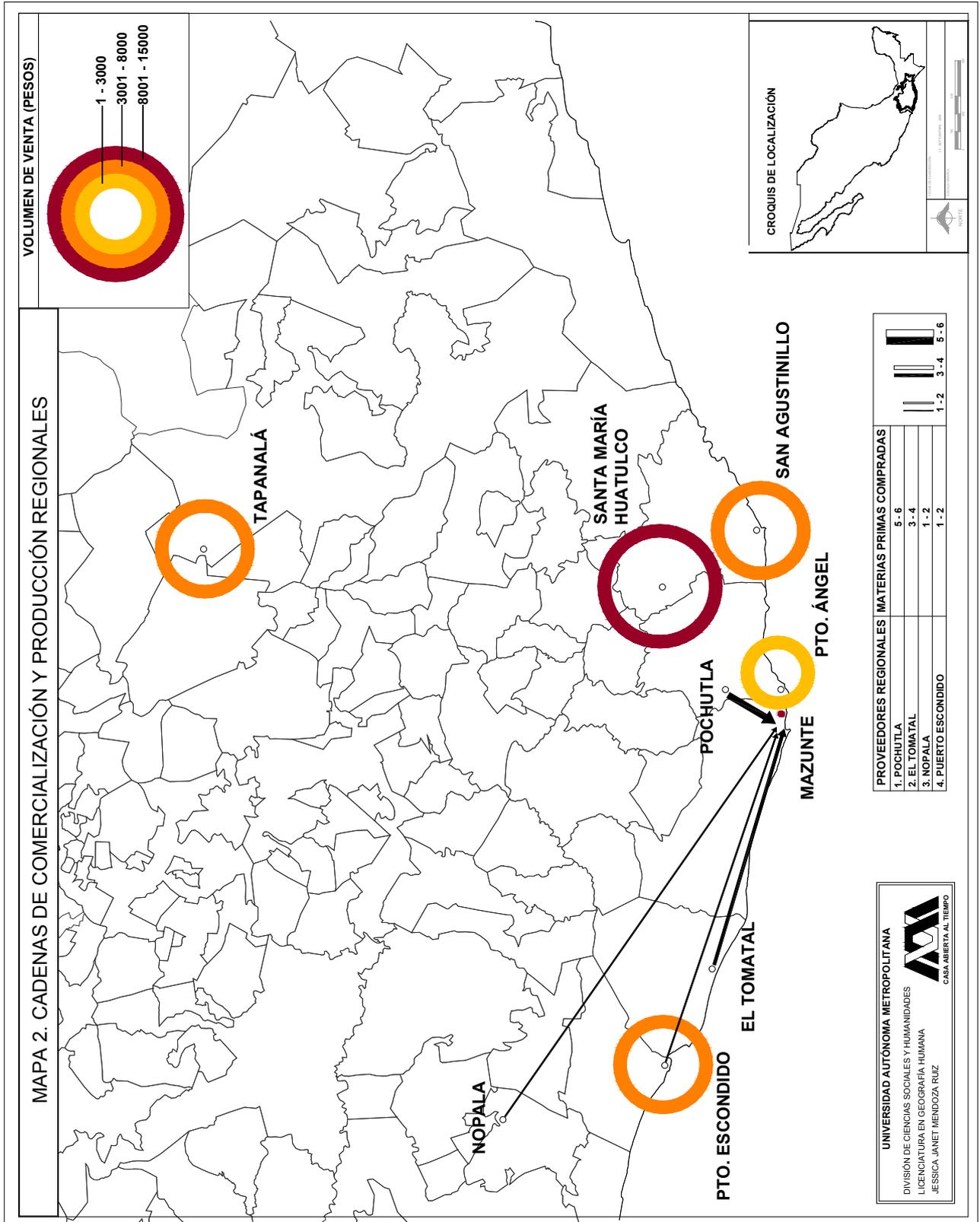
Actualmente la empresa maneja una gama de once productos, de los cuales, cinco son los de mayor éxito en el mercado. Estos productos se distribuyen en distintos puntos del país a través del servicio de paquetería, y sólo en los puntos de venta cercanos son distribuidos por los socios.



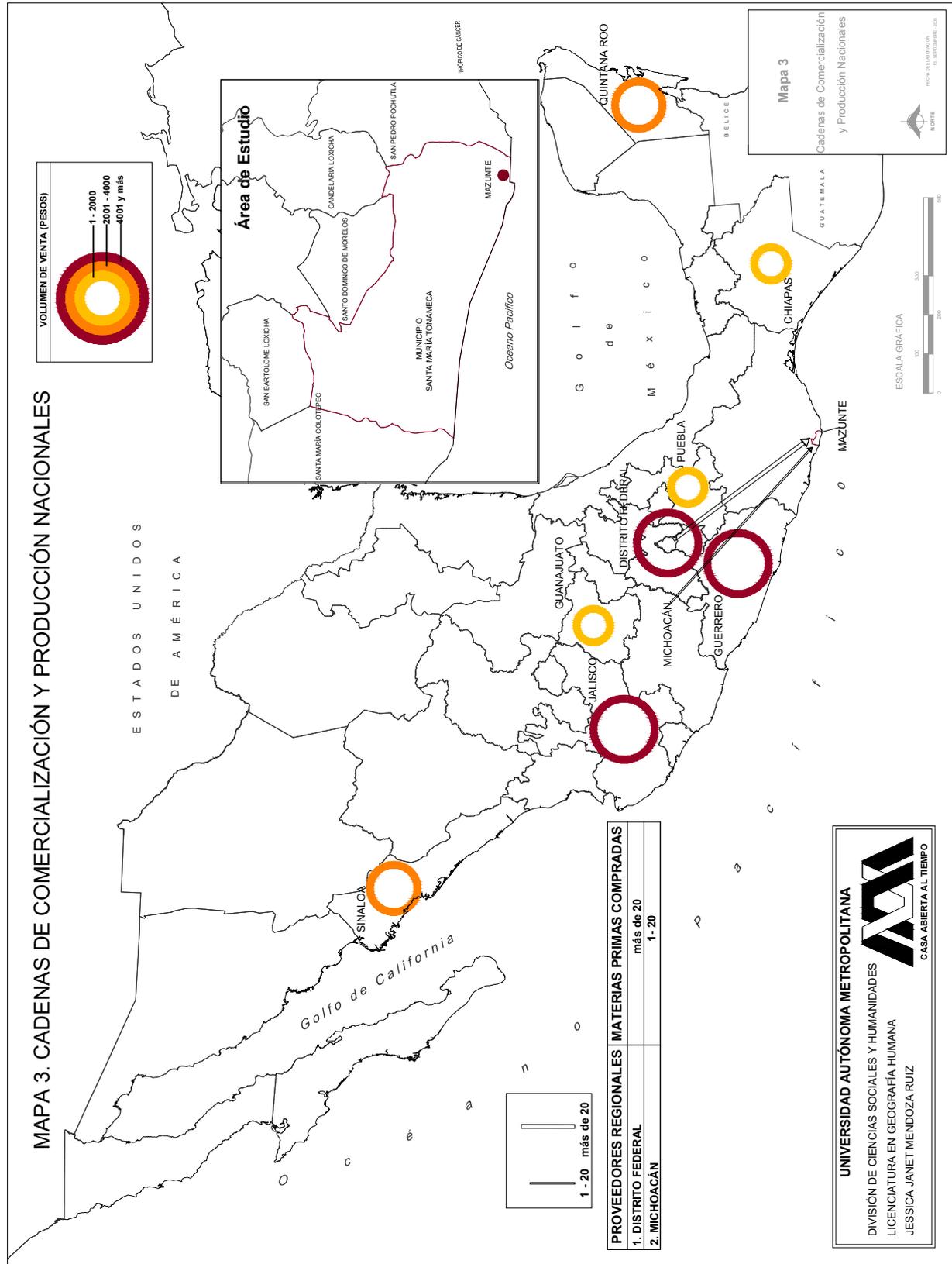
En el contexto regional, los comercializadores se localizan en Huatulco, Tapanalá, Puerto Escondido, San Agustín y Puerto Ángel; de ellos, Huatulco concentra el mayor volumen de venta (Mapa 2). En el ámbito nacional los principales puntos de venta se encuentran en Guerrero, Distrito Federal, y Guadalajara, continuando con Quintana Roo, Sinaloa, Guanajuato, Chiapas y Puebla (Mapa 3). La red de comercialización se ha ampliado paulatinamente, incorporando nuevos puntos territoriales como parte de sus destinos de venta.

...empezamos a ofrecer los productos en tiendas turísticas de las costas de aquí de Oaxaca, en hoteles también, y Bioplaneta nos apoyó en otras partes; algunos si nos compraban y otros no; lo que hacíamos era dejarles muestras, si les gustaban ya nos llamaban y decían quiero tantos jabones por ejemplo; así fue como poco a poco fuimos teniendo clientes, más el turismo que nos compra bastante... (*Donaciana López, responsable de tienda de la microempresa. Entrevista abril, 2007*).

La relación de distribuidores ha sido cambiante a lo largo de la trayectoria de la empresa.



MAPA 3. CADENAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN NACIONALES



Los recorridos turísticos y la promoción de los productos en eventos o ferias artesanales son estrategias que han permitido contactar y ampliar la red de comercializadores. Actualmente, los puestos de venta son estables. Sin embargo, no se han logrado consolidar relaciones basadas en la confianza.

...nuestros comercializadores si han cambiado, ya sea porque migran, porque cierran sus negocios, también hay algunos que compran una vez y luego ya no, después de tiempo nos vuelven a comprar, contactamos otros, así van variando...

se paga por banco, y cuando recibo la ficha de depósito se les envía su paquete; porque ya lo hicimos una ocasión, se les enviaba el producto y no nos pagaron, se archivaron muchas deudas, y cuando yo ocupe el puesto de ventas establecí una nueva política, si no me depositan ya no se les envía el producto (Reina Rosario, responsable de ventas de la microempresa. Entrevista abril, 2007).

El cambio en la forma de cobro fue una estrategia implementada de manera paulatina, y se desarrolla en paralelo al proceso de empoderamiento de los socios de la industria. Los distintos cursos adquiridos no sólo proporcionaron beneficios en términos productivos sino también impulsaron la generación de transformaciones de carácter social, viéndose reflejados en las practicas y costumbres de los socios. A su vez, estos cambios facilitaron su empoderamiento, proporcionando mayor seguridad para establecer relaciones de negocios equilibradas que aseguraran la sostenibilidad de la actividad. Una manifestación de ello, se observa en la modificación de la forma de cobro por iniciativa de los socios, como se describe en los siguientes comentarios.

...estar aquí también nos ha servido para mejorar, hemos aprendido mucho, lo veo en mi caso y en el de mis compañeras, ya tenemos seguridad con la gente, cosa que antes para nada; ya tenemos con que defendernos, con que defender nuestra labor, y seguimos tratando de mejorar... (Donaciana López, responsable de tienda de la microempresa. Entrevista abril, 2007).

...nosotros solitos decidimos dejar de fiar, yo lo propuse casi cinco años después de que abrimos, porque luego no nos pagaban, les tuvimos que poner un hasta aquí, imagínate se llegaron a acumular cuatro meses sin pago por parte de una tienda de Huatulco, y eso que vendía más que nosotros; ahorita a algunos si les fiamos pero porque ya sabemos que si nos pagan y ya los conocemos, pero a otros no tan fácilmente, sino imagínate de poquito en poquito se viene abajo todo... (Reina Rosario, responsable de ventas de la microempresa... Entrevista agosto, 2008).

3.2.2 Relación con proveedores

Cosméticos Naturales de Mazunte es una actividad que no se vincula directamente con el tejido socioproductivo de la localidad, es decir, todas las materias primas que se requieren para la elaboración de los productos son compradas en distintos puntos de la República mexicana y del contexto regional, debido a que en el entorno local no existen empresas especializadas en el sector, y a que los agricultores no cuentan con la tecnología necesaria para extraer el aceite de algunos recursos característicos del territorio (coco, maíz, ajonjolí, etc.), que son empleados en la elaboración de determinados productos; aspecto que ha fungido, hasta cierto punto, como una limitante para la generación de una dinámica económica integral que beneficie a otros sectores productivos. No obstante, existen vinculaciones regionales importantes, es decir, mediante el establecimiento de redes con proveedores extralocales se ha logrado consolidar una micro región en torno a la actividad.

La mayor parte de los proveedores de esta industria se concentra en el Distrito Federal; entre los productos que abastecen se encuentran los envases, las etiquetas, el plástico para empaque, y algunos aceites (coco, maíz, almendra, germen de trigo, jojoba, girasol, etc.) y extractos orgánicos (tomillo, zábila, rosas, algas marinas, manzanilla, avena, etc.), así como el resto de los componentes químicos que se requieren para la elaboración de los productos (fragancias, colorantes, etc.). Por su parte, en Michoacán se localiza otro de

sus proveedores que se encarga de proporcionar el aceite de aguacate (Mapa 3). La regularidad con la que se suministran estas materias primas es de cuatro a seis meses.

En el contexto regional se ubican los proveedores minoristas. Los pequeños agricultores del Distrito de Pochutla y las localidades de El Tomatal, San Isidro Monteverde, Nopala y Puerto Escondido se encargan de surtir la hoja de maíz para la presentación del producto. De igual forma, existen algunas empresas comunitarias como Granel (ubicada en Pochutla) que proporciona aceite de coco y ajonjolí, cera de abeja, y cajas de madera para empaque; y las Productoras Ecológicas de El Tomatal que suministran aceite de ajonjolí y cera de abeja (Mapa 2); ambas organizaciones abastecen a la industria con una regularidad de tres meses. En el caso de la hoja de maíz, la regularidad de abastecimiento es variable para cada proveedor, debido a que la producción de maíz presenta irregularidades. En términos generales, el contacto con este grupo de proveedores regionales fue dado por los vínculos personales establecidos con algunos de los socios de la microempresa, a diferencia de los proveedores del contexto nacional, que fueron contactados a partir de The Body Shop desde el periodo inicial de la actividad.

Las redes conformadas con los proveedores se han venido reforzando con el tiempo, contribuyendo a la generación de relaciones de confianza que facilitan los intercambios económicos y de información; acciones que se ven reflejadas en distintos ámbitos, por ejemplo los proveedores han invitado a los socios a participar en talleres enfocados en la producción de nuevos productos; y el intercambio de mercancías, que inicialmente se hacía una vez que la empresa había realizado el depósito, ahora se puede efectuar antes de realizar el pago. Asimismo, en periodos de crisis los proveedores han apoyado a la industria, facilitando las materias primas hasta que la empresa logre estabilizarse.

Ofelia Rodríguez comenta:

cuando fue el huracán Paulina sufrimos fuertes pérdidas, como se nos hecho a perder el material, se daño casi todo, tuvimos que

dejar de producir, mucha gente nos ayudo, pero los que más nos apoyaron fueron nuestros proveedores, nos prestaban las materias primas y nos decían hay luego nos dan; les explicábamos lo que nos había pasado para que nos prestaran y si nos prestaban (Ofelia Rodríguez, responsable de almacén de la microempresa. Entrevistas abril, 2007).

3.3 Redes de innovación y aprendizaje

Como se mencionó en apartados anteriores, la industria de cosméticos se inserta en la localidad como una actividad relativamente aislada debido a que no se vincula directamente con el tejido socioproductivo; por ello, no se ha logrado crear un entorno o ambiente adecuado que estimule el aprendizaje y el intercambio de información para el desarrollo de innovaciones de carácter productivo desde la esfera local. Sin embargo, al interior de la región sí podemos encontrar una dinámica que incentiva los intercambios de experiencias y que contribuye al aprendizaje.

De la misma manera, la empresa aun no cuenta con la capacidad de generar innovaciones productivas propias. No obstante, a partir de la implementación de diversas estrategias, ha logrado generar cambios tanto en el ámbito productivo como organizacional; entre estas estrategias podemos mencionar las siguientes:

- Los hitos de innovación experimentados por la empresa se han sustentado en las capacitaciones adquiridas a través de las redes conformadas con actores extralocales (organismos de apoyo, proveedores, clientes).
- Si alguno de los miembros es capacitado debe transmitir los conocimientos adquiridos al resto de los miembros.
- Transmitir los conocimientos adquiridos a los nuevos integrantes, en caso de que algún socio decida ceder su acción.

- Renovación de los puestos cada tres años, de manera que todos los socios desarrollen las habilidades requeridas para el desempeño de cada uno.
- Asignación de un trabajador sustituto para cada departamento, aspecto que beneficia a la empresa al brindarle certidumbre en caso de que alguno de los socios no pueda asistir, permitiendo con ello, continuar con la producción.

3.3.1 Principales hitos de innovación

3.3.1.1 Capacitación inicial

El primer hito de innovación experimentado por la microempresa se efectuó en el periodo inicial de la actividad. Consistió en una capacitación sobre aspectos administrativos y productivos, brindada por The Body Shop en las instalaciones de la fábrica. Mediante esta capacitación se conformó una gama inicial de cinco productos con los que se dio inicio a las actividades.

En este primer momento, la participación de ECOSOLAR también fue decisiva. Impartió cursos a algunos miembros de la organización sobre administración, resolución de conflictos, computación y capacitación en ventas, que se llevaron a cabo en la fábrica con una duración de un mes. Logró también que tres de los socios tomaran cursos de administración y computación en la Universidad del Mar de Puerto Ángel. Los conocimientos adquiridos se transmitieron posteriormente a otros miembros de la organización. (Natal, 2006:11).

3.3.1.2 Estrategias de venta

El segundo hito de innovación se define por la generación de innovación en términos productivos y en formas de organización. En esta fase, se realiza el primer cambio en la presentación de los productos, como una medida para incrementar las ventas durante el periodo inicial de la actividad.

Debido a que la presentación inicial fue poco atractiva al consumidor, The Body Shop gestionó un proyecto para mejorar su diseño, asignándole un sello distintivo y artesanal que permitió posicionar el producto. La elaboración del diseño se efectuó en el Distrito Federal, y una vez que fue seleccionado, el personal llevó acabo la capacitación de los socios en la fábrica.



Otra estrategia de mercado, fue la promoción de los productos a través de su distribución en las tiendas The Body Shop de la Ciudad de México, y de la participación en ferias artesanales realizadas en Puebla, Puerto Escondido, Huatulco, Distrito Federal y Puerto Ángel. De la misma manera, por iniciativa de los socios se decidió vender los productos en los hoteles de las zonas turísticas cercanas (Puerto Escondido, Huatulco y Puerto Ángel), medida que se reforzó con un estudio de mercado desarrollado por estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, y de la Universidad Autónoma de Oaxaca. De igual forma, se comenzó a proporcionar a los visitantes un recorrido por las instalaciones de la fábrica, dando a conocer su historia y sus principales momentos de crisis experimentados. En resumen, estas estrategias podrían englobarse en el marco de la innovación en formas de organización, y además de permitir posicionar los productos y estimular las ventas, facilitaron el empoderamiento de los socios.

Ofelia Rodríguez menciona al respecto:

al principio no había ventas, pensamos que todo había sido un fracaso; pero se cambiaron varias cosas y eso nos beneficio. Por ejemplo, comenzamos a vender los productos en las localidades cercanas. Al principio nos daba muchísima pena ir a ofrecer nuestros productos a los hoteles y a las tiendas, pero si no lo hacíamos la gente no nos iba a conocer. También aprendimos a atender a los turistas; al principio sólo los dejábamos que compraran y ya, pero nos dimos cuenta que si les contamos

nuestra historia y lo que hacemos, nos compran más (Ofelia Rodríguez, responsable de almacén de la microempresa. Entrevistas abril, 2007).

3.3.1.3 Ampliación de la línea de productos

La gama de productos de la empresa no ha manifestado una evolución notoria de sus inicios a la actualidad, aspecto que se atribuye a la falta de un departamento o personal especializado en investigación que le permita generar innovaciones productivas propias; por ello, se ha centrado en la producción de pocos artículos. No obstante, el establecimiento de redes de innovación con proveedores, clientes y actores de apoyo (The Body Shop, Bioplaneta, etc.) ha adquirido un papel relevante, ya que la incorporación de nuevos productos a su línea, ha sido posible mediante estos vínculos.

De esta forma, a la gama inicial de cinco productos (Shampoo, acondicionador, aceite corporal, crema humectante y desodorante), se incorporó en 1997 una loción y un repelente para moscos, fórmulas que también fueron proporcionadas por el personal de The Body Shop. Posteriormente, en una de las ferias artesanales efectuada en Puerto Escondido, se contactó a una productora de cosméticos especializada en jabones de aceites orgánicos, quien acordó con los socios intercambiar fórmulas.

En el año 2004, los nuevos propietarios de las franquicias The Body Shop, proporcionaron dos productos más: bálsamo para labios y gel corporal. La capacitación del primero se efectuó en la planta, y para el segundo, la administradora de la tienda viajó al Distrito Federal, quien posteriormente capacitó al resto de los socios en la fábrica. Finalmente, en el año 2006, uno de sus proveedores “Droguería cosmopolita” (localizada en el centro de la Ciudad de México), invitó a la empresa a tomar un taller para elaborar crema deportiva y crema reductiva. El taller se efectuó en el Distrito Federal y fue tomado por una de las socias.

3.3.1.4 Segundo cambio de presentación y exportación de productos

Al momento de concluir el trabajo de campo, se efectuaba el segundo cambio de presentación de los productos mediante la asesoría de The Body Shop. Asimismo, la Universidad Iberoamericana de Puebla (contactada por Bioplaneta) realizaba un estudio de mercado para analizar la posibilidad de exportar los productos a Japón. Puntos que se enmarcan en el cuarto hito de innovación.

En síntesis, la empresa no ha logrado generar innovaciones productivas de manera independiente, aspecto que constituye una limitante para su desempeño. Las modalidades de innovación que se observan en su dinámica son de tipo organizacional; y en términos generales, los hitos de innovación experimentados a lo largo de su trayectoria han sido posibles mediante el establecimiento de redes de innovación a escala extralocal.

Otro aspecto que funge como limitante para el desarrollo de innovaciones es el rechazo a desplazarse fuera de las fronteras locales o estatales. Como ya se ha mencionado, la dinámica de la actividad requirió de un cambio en las prácticas cotidianas de los socios, y por tanto, en sus desplazamientos cotidianos. Considerando que la industria se compone en su mayoría por mujeres que anteriormente no trabajaban, y en menor medida, por hombres que laboraban en la industria de la tortuga, actividad que no requería de un desplazamiento más allá de la región costera de Oaxaca; no todos los socios lograron adaptarse a tales cambios, concretamente en lo referente a los desplazamientos fuera del radio de actividad; constituyéndose como un elemento restrictivo para la innovación, ya que a pesar de que los socios consideran a la innovación una componente relevante para la competitividad y sostenibilidad de su actividad, han dejado perder diversos cursos y talleres de capacitación impartidos en distintos puntos del contexto nacional.

...algunos talleres o cursos de capacitación se pierden, por que en muchas ocasiones los que siempre tomamos los cursos estamos muy ocupados y no podemos viajar, y porque a los demás socios

no les gusta viajar, no les gusta salir de Mazunte... (Reina Rosario, responsable de ventas de la microempresa. Entrevista junio, 2007).

En este marco de ideas, nuestro caso de estudio plantea cómo la articulación de redes de distintas escalas territoriales ha hecho posible la organización y sostenimiento de un proyecto endógeno. Es decir, los vínculos de cooperación iniciales; las relaciones con proveedores y distribuidores regionales y nacionales; así como los intercambios de aprendizaje e información que se generan en esta esfera de relaciones; constituyen el eje impulsor del desarrollo, consolidación y crecimiento de la industria de cosméticos. En resumen, este conjunto de relaciones incide en la conformación de un tejido territorial que permite entender a las redes como elementos que articulan territorios, haciendo visible el vínculo existente entre la escala local, regional y global dentro de los procesos de desarrollo.

4. Conformación de redes desde la esfera local

La fuerza de un vínculo interpersonal es una combinación del tiempo, la intensidad emocional, confianza mutua y los servicios recíprocos que caracterizan a dicho vínculo (Granovetter, 1973:2).

El objetivo del presente capítulo es estudiar, de manera general, la perspectiva que tiene la comunidad de Mazunte en relación a los cambios de carácter socioeconómico experimentados desde el momento en el que se declara la veda de la tortuga, a la actualidad. Asimismo, se busca conocer la forma en la que se visualiza el papel de la industria de cosméticos en la comunidad y la manera en la que se articula con el tejido socioproductivo local. El capítulo se elabora mediante el análisis de la información obtenida a través de las entrevistas y del cuestionario levantado durante el segundo periodo de trabajo de campo. Es importante recordar, que el cuestionario se realiza de forma aleatoria y no cuenta con un rigor estadístico, por tanto, los datos obtenidos no son representativos del conjunto de la comunidad. No obstante, brinda una imagen general de la perspectiva que tiene la población frente a los cambios ocurridos durante el periodo mencionado anteriormente, y manifiesta, hasta que punto la microempresa de cosméticos es entendida como un nodo impulsor de desarrollo en la localidad.

4.1 Activación del capital socioterritorial: Elemento determinante en la reestructuración económica local

El proceso de reestructuración económica que se genera en la localidad después del declive de la industria de la tortuga, marca una nueva etapa en la trayectoria económica de Mazunte. Además del desarrollo de nuevas alternativas de empleo, se hace visible la participación de la comunidad en los distintos ámbitos que comporta tal proceso. En este sentido, la dinámica asociativa entre los actores locales constituye un elemento clave en la

reactivación del entorno; y puede entenderse como una manifestación de la cohesión social y de la identidad colectiva.

La movilización social surge como una reacción ante la crisis socioeconómica que se desencadena en el periodo; mostrando el interés de la población por encontrar estrategias que beneficien al colectivo en general; con este objetivo la comunidad estuvo dispuesta a asumir nuevas responsabilidades y a insertarse en actividades totalmente distintas a las realizadas en su vida cotidiana. De esta manera, la conformación de redes locales, en conjunto con el establecimiento de redes globales, facilitaron la movilización de recursos externos, generando una dinámica que permitió endogenizar tales recursos para el beneficio de la comunidad.

Un estudio realizado por Klein, Fontan y Tremblay (1998) sobre tres barrios peri-centrales de la Ciudad de Montréal muestra una situación similar, en la que a partir de la activación del capital socio-territorial se generan distintas estrategias que permiten la reconversión económico-espacial del medio local. Estos barrios peri-centrales se vieron afectados por una paulatina degradación urbana, consecuencia de los procesos de desindustrialización, deslocalización industrial y terciarización, experimentados durante los años ochenta. Sin embargo, mediante el surgimiento de redes asociativas en las comunidades locales se producen diversas formas de revitalización económica y social. Un ejemplo de ello, es el barrio Rosemont, que fue escenario de un proyecto de reconversión económica, cuyo objetivo principal fue crear un parque industrial que actuaría como nodo impulsor del desarrollo de toda la zona. Se efectuó a través de la reutilización de un terreno que quedó libre debido al cierre de la principal fábrica del barrio, los *Talleres Angus*. Esta fábrica producía y reparaba locomotoras y vagones para ferrocarril, dando empleo a un número representativo de trabajadores. Su cierre constituyó la decadencia de las actividades ferroviarias y el desmantelamiento progresivo de su vía férrea que había estructurado lo que fue (a inicios del siglo XX) uno de los principales corredores industriales de la ciudad. Las infraestructuras fueron desmanteladas y numerosas fábricas abandonaron la zona. Ante ello, la comunidad local se asoció para ejercer presión hacia el ayuntamiento y el gobierno, a fin de crear un parque industrial sobre el sitio donde se encontraban anteriormente los

talleres. Después de un largo proceso, se llega a un consenso logrando que los directores del corporativo Angus vendieran una parte del terreno al gobierno; el cual es destinado para la conformación de un parque de empresas especializadas en tecnologías ambientales, financiado por los principales actores económicos locales (las cajas populares, los bancos, otras empresas, etc.) y dirigido por una corporación independiente representativa del medio local.

A pesar de que los contextos son distintos, en nuestro caso de estudio también se observa que a partir de una crisis socioeconómica, los actores económicos y sociales se movilizan y asocian con el objetivo de reactivar el medio local; aspecto que permite entender a la acción comunitaria como un elemento que puede incidir, de manera positiva, en los procesos económicos.

En el caso de Mazunte se observan dos tipos de redes, las locales y las de carácter global. En este sentido, es importante mencionar que la conformación de redes con actores extralocales se efectúa ante el interés de la comunidad por encontrar alternativas que pudiesen mitigar los efectos de la crisis socioeconómica. No obstante, la comunidad desconfiaba de los distintos actores que intervinieron, y a pesar de que lograron consolidarse los proyectos propuestos, en momentos posteriores, se rompieron algunos vínculos que habían sido cruciales en el periodo inicial de la reestructuración local; tal es el caso de la expulsión de la ONG ECOSOLAR, uno de los actores principales que gestionó diversos recursos y fungió como intermediario para el establecimiento de nuevos vínculos.

En cierta forma, es posible afirmar que las redes locales de la comunidad de estudio, son relativamente restrictivas y no permiten con facilidad el acceso de agentes externos. En este contexto, estaríamos hablando de lo que Granovetter (1973) denomina vínculos fuertes, entendidos como vínculos restringidos que forman redes densas, donde la confianza es un elemento fundamental para su constitución. Se establecen generalmente en comunidades unidas donde sus miembros se encuentran en interacción constante, desconfiando de aquellos actores externos con los que no se tiene conexión. Estos vínculos favorecen a la unidad social, y son indispensables

para la organización de las comunidades ante situaciones de diversa índole, es decir, mientras más cohesión social exista será mayor la posibilidad de resolver problemas en conjunto.

Sin embargo, cuando la comunidad se cierra a todo agente externo, está limitando su acceso hacia elementos que pueden ser necesarios para su desarrollo, como el aprendizaje y la información. Ante ello, se resalta la importancia de las redes de carácter débil; elementos que de existir en nuestra comunidad de estudio, posiblemente habrían facilitado el proceso de vinculación, ya que se constituyen como lazos que cuentan con una mayor flexibilidad, comportan una menor restricción, y pueden ser considerados como puentes para establecer nuevas relaciones, aspectos que también facilitan la conformación de procesos de desarrollo local.

Independientemente de la densidad, los vínculos son el reflejo o manifestación del capital socioterritorial de una colectividad. El hecho de sentirse parte de un territorio, genera sentimientos de confianza entre los integrantes de una comunidad, estimulando de esta forma su asociación a través de la creación de redes o vínculos. En este sentido, el capital social se entiende como una construcción social cuya base es la identidad territorial.

En la presente investigación, la identidad territorial es un referente de análisis relevante, en la medida en que es uno de los aspectos que permite comprender la dinámica socioeconómica de la comunidad. Es importante mencionar, que al igual que en nuestra investigación, se han realizado múltiples estudios sobre percepción y sentido de pertenencia al territorio, a través de metodologías cuantitativas. Ejemplo de ello, es la investigación regional realizada por Gilberto Giménez (2004) sobre arraigo y apego territorial, en la región del valle de Atlixco. Esta investigación muestra como la identidad territorial funge como elemento de cohesión social en las comunidades que componen la región, y a pesar de que se trata de un territorio con un creciente flujo migratorio internacional, el apego a los lugares de origen transforma a la migración en un

fenómeno que revitaliza a los entornos locales; y a su vez, permite hablar de una dinámica de retorno ⁴.

En nuestro caso en particular, los resultados del cuestionario se refuerzan con la información obtenida a través de las entrevistas, a fin de contar con una perspectiva más cercana a la realidad. De acuerdo a la información arrojada por el cuestionario, Mazunte se percibe como una comunidad con una fuerte identidad territorial. Esto se observa mediante la respuesta de los encuestados ante una serie de frases que brindan una imagen del sentido de pertenencia y el arraigo al lugar de la comunidad. Estas frases se encuentran agrupadas en la tabla número 1, y permiten estructurarla en cuatro secciones; en la primera se hace referencia al a) concepto de casa, entendido como el lugar inmediato del hombre; la segunda a b) Mazunte comprendido como territorio próximo; la tercera a la c) identidad comunitaria, analizada a través del interés que presentan los encuestados por integrarse y participar en actividades comunitarias que beneficien al colectivo; y finalmente, la cuarta se refiere a la d) identificación personal con el territorio.

Como se observa en la tabla, las frases más significativas y representativas de cada sección, concentran el mayor porcentaje. Es decir, el 75% de los encuestados consideraron que les gustaría vivir siempre en la casa que habitan; de igual forma, el 89% afirmó que le gustaría residir siempre en Mazunte. En cuanto a la identidad comunitaria, el 43% participa en actividades que se realizan de manera conjunta, como las fiestas de la localidad, y el 57% percibe a Mazunte como una comunidad solidaria en la que sus integrantes se conocen y apoyan. Asimismo, el 63% piensa que Mazunte le da identidad, y el 35% que Mazunte ha sido un elemento importante en la construcción de su identidad personal. A partir, de estos datos podría afirmarse que nuestra comunidad de estudio se caracteriza por un fuerte sentido de pertenencia al territorio, manifestado en diferentes ámbitos; uno de ellos es el trabajo

⁴ Entre otras referencias de investigaciones cuantitativas sobre sentido de lugar, encontramos las siguientes: Daniel R. Williams y Jerry J. Vaske (2003) "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach"; Karen Puren, Drewes Ernst y Vera Roos (2007) "An Exploration of Sense of Place as Informative for Spatial Planning Guidelines: A Case Study of the Vredefort Dome World Heritage Site, South Africa"; S. Jorgensen and C. Stedman (2001) "Sense of place as an attitude: Lake-shore owners attitudes toward their properties"; Nanzer, Bruce (2004) "Measuring sense of place: A scale for Michigan"; John Dixon and Kevin Durrheim (2000) "Displacing place-identity: A discursive approach to locating self and other".

comunitario o tequio en el que participan todos los miembros de la localidad, y que es signo de un interés común por el beneficio del colectivo.

Tabla 1. Vinculación y arraigo al lugar		%
Casa	Si pudiera, me cambiaría de casa	7%
	Me gusta donde vivo	18%
	Me gustaría vivir siempre aquí	75%
Mazunte	Si pudiera viviría en otro lugar	4%
	Me gusta Mazunte	7%
	Me gustaría vivir siempre en Mazunte	89%
Identidad comunitaria	Nunca realizo actividades en la comunidad	0%
	Realizo algunas actividades en la comunidad particularmente en las fiestas	43%
	Mazunte es una comunidad solidaria. Nos conocemos y nos apoyamos	57%
Identidad personal	Mazunte no significa nada para mí	1%
	Pienso que Mazunte me da identidad	63%
	Soy como soy porque vivo en Mazunte	35%
	No opinó/no se identifica	1%

Elaboración propia

El arraigo al lugar generalmente va asociado a una actividad económica que es desempeñada por una comunidad; así como a la historia, valores, usos y costumbres del contexto territorial. De esta manera, el hecho de compartir un mismo oficio permite establecer redes y asociarse para el beneficio común y la sostenibilidad de la actividad.

En el caso de Mazunte, la actividad económica predominante durante más de veinte años fue la industria de la tortuga marina; por tanto, la idea de comunidad y unión social se conformó entorno a este oficio. Sin embargo, cuando se declara la veda de la tortuga, esta vinculación y sentido de comunidad, construido a partir del desempeño de prácticas cotidianas tradicionales y comunes, experimenta cambios. Este aspecto, sumado a la falta de experiencia ante actividades totalmente ajenas a las practicadas, podrían considerarse como algunos de los factores que incidieron en el fracaso de la mayoría de los proyectos comunitarios generados durante el proceso de reestructuración económica, como es el caso del taller de serigrafía, la fábrica de adoblocks, y el bungalow que fue transferido a particulares.

No obstante, se debe reconocer que en el proceso de reestructuración local, la conciencia territorial adquirió un papel relevante, ya que fungió como eje impulsor de la movilización social, resaltando la capacidad emprendedora para iniciar proyectos económicos de manera conjunta.

Un aspecto que adquiere relevancia en este proceso de cambios, es la sensibilidad de los habitantes hacia la sustentabilidad ambiental. A pesar de que la veda de la tortuga implicó el declive de la economía local, así como el desempleo de casi la totalidad de la población económicamente activa, esta fue considerada una medida adecuada y necesaria para la protección de la especie.

de qué vivíamos, no había otra cosa que hacer. A veces la hacia de albañil pero cuando no se podía, qué hacíamos. Si estaba mal por los animales verdad, pero era un trabajo (Emilio Martínez, ex –pescador. Entrevista de campo junio, 2007).

Como se observa en la tabla 2, el 64% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo en que la veda de la tortuga fue una medida necesaria, aun cuando son conscientes de que la industria brindaba una mayor seguridad laboral, y de que en el momento actual la estabilidad económica depende de la dinámica turística. En esta misma línea, es importante resaltar que el 62.5% de los encuestados pertenecientes al grupo de ocupación del sector primario, estuvo a favor de la acción. Considerando que el modo de vida de los pescadores fue uno de los más afectados, estos aspectos son significativos y muestran el interés de la población por el cuidado del entorno.

Ocupación	Tabla 2. Fue necesaria la veda de la caza de tortuga				
	Estoy en total desacuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy totalmente de acuerdo	No sabe/no contesta
Amas de casa	4,2%	8,3%	12,5%	75,0%	0%
Otros no incorporados al mercado laboral (jubilado, desempleado, estudiante)	0%	25,0%	0%	75,0%	0%
Profesión manual calificada (albañil, carpintero)	0%	0%	26,7%	73,3%	0%
Comerciante	13,0%	4,3%	30,4%	52,2%	0%
Prestador de servicios turísticos	0%	6,3%	31,3%	62,5%	0%
Actividades primarias (agricultor, pescador)	37,5%	0%	50,0%	12,5%	0%
Profesionista no relacionado con servicios turísticos/Trasporte	0%	0%	0%	90,0%	10,0%
Total	7,0%	5,0%	23,0%	64,0%	1,0%

Elaboración propia

4.2 Proceso de adaptación ante el cambio de actividades

Antes de la veda de la tortuga, la mayor parte de la población económicamente activa se encontraba laborando en la industria de la tortuga; por lo que el cambio de actividades que experimentó la localidad después de los años noventa implicó una modificación radical en las prácticas cotidianas de los habitantes, viéndose en la necesidad de incorporarse a actividades que nunca habían realizado. No obstante, los cambios ocurridos como parte del proceso de reestructuración económica, son percibidos de manera positiva.

En la tabla número 3 se presenta la opinión de los encuestados ante una serie de enunciados referentes a las transformaciones de la dinámica socioeconómica local. Se puede observar que el enunciado que tiene una puntuación por debajo de la media es el correspondiente al apoyo recibido por el gobierno local (2.31). Ante ello, cabe mencionar que la mayoría de los encuestados, al responder el cuestionario, comentaban que el gobierno local si apoyaba a la comunidad en algunos aspectos, por ejemplo, cada año destinaba

un presupuesto para el desarrollo de alguna obra. Sin embargo, no habían proporcionado los créditos designados para mejorar los negocios existentes e impulsar la creación de otros; y durante el proceso de reestructuración su participación fue limitada e insuficiente en comparación con los beneficios adquiridos a través de instancias y actores externos.

Por otra parte, la frase referente a los beneficios generados por la fábrica de cosméticos concentra el valor más elevado (3.39). Como se verá más adelante, el impacto socioterritorial de esta actividad se ha manifestado en distintos ámbitos de la esfera local (educación, salud, etc.) y es percibido de manera positiva por la población local, aunque se considera insuficiente. En términos generales, a partir de estos resultados, se puede inferir que la población concibe de manera favorable los cambios que ha experimentado Mazunte.

Rango 2.5	Tabla 3. Percepción de la población frente a la dinámica socioeconómica local	
Mazunte ha experimentado un notable desarrollo desde la veda de la tortuga a la actualidad		3.16
Todos los avances que se han logrado hasta el momento han beneficiado a la población local		2.83
Las alternativas de empleo que han surgido han sido las adecuadas para la comunidad		3.20
En los últimos años se ha experimentado un incremento en la oferta de empleo de la localidad		2.57
La fábrica de cosméticos ha generado beneficios en la localidad (Por ejemplo, incremento de empleos indirectos, apoyo al sector educativo, etc.)		3.39
La localidad ha recibido suficiente apoyo del gobierno local		2.31
Elaboración propia		

De igual manera, también es importante mencionar que el 85% de los encuestados considera que las alternativas de empleo actuales son las adecuadas para la comunidad y, a pesar de ser actividades distintas a las que comúnmente realizaban, se han logrado adaptar a la nueva dinámica socioeconómica (tabla 4). En este punto, se debe considerar que el desarrollo de nuevas alternativas de empleo permitió la inserción de la mujer al mercado laboral (principalmente en el sector de servicios y comercio), generando cambios

relevantes en el contexto local que facilitaron su empoderamiento. Esto puede relacionarse con el hecho de que el 87.5% de las amas de casa encuestadas opinen que los empleos existentes son adecuados para la comunidad.

Otro punto relevante, es que grupos afectados como los pescadores se mantienen en la misma postura que las amas de casa; la causa de ello, posiblemente se deba, a que uno o más miembros de la familia desempeña alguna de las actividades actuales, o a que la pesca se ha convertido en una actividad ligada a la dinámica turística al ser los comercios locales punto de venta de los productos, principalmente durante las temporadas altas.

Ocupación	Tabla 4. Las alternativas de empleo que han surgido han sido las adecuadas para la comunidad				
	Estoy en total desacuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy totalmente de acuerdo	No sabe/no contesta
Amas de casa	0%	12,5%	45,8%	41,7%	0%
Otros no incorporados al mercado laboral (jubilado, desempleado, estudiante)	0%	25,0%	50,0%	25,0%	0%
Profesión manual calificada (albañil, carpintero)	6,7%	,0%	46,7%	46,7%	0%
Comerciante	0%	21,7%	56,5%	17,4%	4,3%
Prestador de servicios turísticos	0%	12,5%	50,0%	37,5%	0%
Actividades primarias (agricultor, pescador)	0%	0%	62,5%	37,5%	0%
Profesionista no relacionado con servicios turísticos/Trasporte	0%	10,0%	50,0%	30,0%	10,0%
Total	1,0%	12,0%	51,0%	34,0%	2,0%

Elaboración propia

La tabla 5 permite visualizar la perspectiva de los encuestados sobre el desarrollo⁵ que ha manifestado Mazunte de la década de los noventa a la actualidad. Este ejercicio se realiza, de acuerdo a los años de residencia en la localidad. Se observa, que arriba del 60% de los encuestados que se ubican

⁵ En este caso, el concepto de desarrollo se define en función de cómo los encuestados perciben su manifestación en el territorio, es decir, al observar un incremento en el empleo, en los ingresos, bienestar social, etc.

en el rango de 41 y más años de residencia, percibe que Mazunte ha experimentado un notable desarrollo durante el periodo. Asimismo, más del 80% de los encuestados de los rangos restantes, se coloca en la misma postura. Ello indica, que el cambio de actividades fue un aspecto favorable para el contexto local; además de generarse una conciencia ambiental, surgen nuevas alternativas de empleo en las que pueden colocarse los distintos grupos sociales que integran a la comunidad.

Años de residencia en la localidad	Tabla 5. Mazunte ha experimentado un notable desarrollo desde la veda de la tortuga a la actualidad				
	Estoy en total desacuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy totalmente de acuerdo	
19-30	1.6%	11%	50.8%	36%	
31-40	0%	14.2%	53.2%	32.2%	
41 y más	0%	36.3%	45.4%	18.1%	
Total	1%	15%	51%	33%	

Elaboración propia

4.3 Articulación con el tejido socioproductivo local

Como se planteó en el segundo capítulo, a raíz del proceso de reestructuración económica, el turismo se constituye como la actividad predominante y eje de vinculación del conjunto de las actividades de Mazunte. Inicialmente se asignaba un responsable, encargado de mostrar a los turistas los servicios que se brindaban en la localidad; de esta manera, se generaba una dinámica de coordinación entre los habitantes que permitía distribuir los beneficios en el conjunto de la comunidad. No obstante, esta dinámica de vinculación se debilitó paulatinamente; y aunque en la actualidad el turismo sigue funcionando como eje de organización, no existe una visión de conjunto que impulse y que permita articular las distintas actividades entre sí. A esta falta de coordinación, experiencia e integración en el ámbito económico, se puede atribuir el fracaso de los proyectos comunitarios creados durante el proceso de reestructuración.

A diferencia del resto de las actividades de la comunidad, la fábrica de cosméticos es la única empresa que se constituye como una actividad comunitaria; y el alcance de su impacto se ha visto reflejado en distintos

ámbitos de la esfera local. Como se mencionó en el tercer capítulo, la fábrica no se vincula de manera directa con el tejido socioproductivo del entorno. Sin embargo, funge como un atractor turístico, activando, de esta manera, la dinámica económica de la zona. Asimismo, tiene una fuerte presencia en la comunidad, es decir, se incorpora a las distintas comisiones que se forman para la solución de problemas; participa en las fiestas de la comunidad; anualmente destina parte de sus fondos para la realización de alguna obra; apoya regularmente a los sectores de educación y de salud, así como, a otros grupos comunitarios externos a la localidad.

A pesar de que aun no cuenta con la capacidad de incorporar a un mayor número de trabajadores, genera empleos de forma indirecta, especialmente para las mujeres (servicios de trabajo doméstico). En esta misma línea, las acciones que ha realizado en apoyo a las mujeres de la comunidad, han facilitado hasta cierto punto su empoderamiento.

Como se observa, los socios de la fábrica expresan una amplia participación en los aspectos correspondientes a la localidad, elemento que podría contemplarse como signo de una fuerte identidad territorial; es por ello que se ha considerado a esta actividad como un nodo impulsor de desarrollo.

En este marco de ideas, es prudente conocer la postura de la población sobre esta actividad. De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuestionario, cerca del 60% de los encuestados consideró que la instalación de la fábrica trajo consigo diversos beneficios para la localidad. No obstante, a pesar de estos datos y de las acciones realizadas, la comunidad considera que el apoyo brindado por la fábrica no ha sido el suficiente.

Reina Rosario comenta al respecto:

la mitad de la gente esta con nosotros y la otra mitad no, al principio si nos apoyaron, porque pensaban que les íbamos a dar dinero pero no se trataba de eso, todo cuesta en la vida y el lugar donde estamos nos ha costado nuestro trabajo.

si se apoya en lo que se puede y es bastante nuestro ayuda, pero muchos no ven nuestro esfuerzo, no lo valoran digamos, quisieran ver el dinero en sus manos (Reina Rosario, responsable de ventas de la microempresa. Entrevista abril, 2007).

En conclusión, no existe una dinámica que permita integrar al conjunto de las actividades de la localidad; y en el caso concreto de la fábrica de cosméticos, no se perciben objetivamente los beneficios que ha generado.

Como vimos en apartados anteriores, la idea de comunidad y la unidad social se encuentran estrechamente vinculadas a un oficio o actividad económica predominante. En el estudio de caso que analizamos existe esta vinculación comunitaria pero con diversos matices. Es decir, la industria de la tortuga constituía uno de los elementos sobre los cuales se fueron tejiendo las redes locales. Sin embargo, con el declive de la actividad, la unidad y las redes se mantienen presentes, pero se deja de compartir un oficio tradicional que había definido el modo de vida y las prácticas cotidianas de los habitantes por más de veinte años. Ante ello, se ven en la necesidad de desarrollar estrategias económicas alternas, iniciando un nuevo proceso de aprendizaje y adaptación, en el que se generan logros y fracasos.

A pesar de que en el momento actual, aun no se ha logrado consolidar una dinámica que vincule de manera integral al conjunto de las actividades económicas y a la comunidad. Se rescata la capacidad emprendedora en la conformación de una nueva dinámica socioeconómica; hecho que a la vez manifiesta la relevancia que juegan las redes locales en los procesos económicos.

Reflexiones finales

Una vez concluida nuestra investigación habría que preguntarse ¿Qué papel han jugado las redes en la dinámica socioproductiva estudiada? ¿Hasta que punto “Cosméticos Naturales de Mazunte” puede ser considerada un nodo impulsor de desarrollo en la localidad? ¿Qué elementos de la perspectiva del desarrollo local están presentes en nuestro caso de estudio? Estos aspectos se sintetizan de la siguiente manera:

1. Los nexos entre distintas escalas territoriales constituyen un elemento necesario en los procesos de desarrollo local, debido a que partir de su establecimiento se pueden movilizar recursos externos para el beneficio del entorno local. Como lo muestra nuestro caso de estudio, la conformación de redes en diferentes escalas territoriales ha hecho posible la organización y sostenimiento de un proyecto endógeno. Los vínculos de cooperación iniciales, regidos por la estrategia global de Comercio Justo, en conjunto con los lazos existentes entre los miembros comunitarios, contribuyeron a la gestión y emprendimiento del proyecto.

Los hitos de innovación experimentados a lo largo de su trayectoria han sido posibles mediante el establecimiento de redes de innovación a escala extralocal. Igualmente, la configuración de redes a nivel regional y nacional, ha permitido mitigar la carencia de proveedores y distribuidores locales. Por otra parte, la consolidación y crecimiento de la actividad hizo posible la conformación de redes de cooperación en apoyo a distintos grupos comunitarios de la región y de otros estados del contexto nacional. De esta manera, se puede afirmar que la configuración de redes locales, regionales y globales han sido aspectos clave en el emprendimiento y sostenibilidad del proyecto.

Las redes han jugado un papel importante en la dinámica productiva de la microempresa, permitiendo visualizarla como una actividad cuya dinámica se extiende más allá de las fronteras locales, rompiendo con algunas limitantes que encuentra al interior de la comunidad, y contribuyendo (a través de los beneficios obtenidos con la interacción

local, regional y global) a impulsar, de manera limitada aunque significativa, el desarrollo de la comunidad.

Cabe mencionar, que las redes formadas en el entorno local se caracterizan por ser relativamente restrictivas y poco flexibles, manifestándose hasta cierto punto, como una barrera para la generación de dinámicas asociativas con agentes externos basadas en la confianza. Aunque es importante reconocer, que en muchos casos la vinculación constante a través del tiempo, ha brindado certidumbre a las relaciones establecidas con proveedores, distribuidores, actores de apoyo, etc.

2. De acuerdo a los planteamientos teóricos, uno de los elementos necesarios para la generación de un proceso de desarrollo, es el capital económico. En nuestro caso de estudio este aspecto se presenta de manera evidente; la empresa ha experimentado un notable crecimiento económico, de sus inicios al momento actual; producto de la implementación de diversas estrategias de mercado: cambios en la presentación de los productos; ampliación de la línea de cosméticos; nuevas modalidades de venta como la promoción de los artículos en ferias y tiendas de Comercio Justo; posicionar a la fábrica como un referente turístico importante, transmitiendo a los visitantes su experiencia, etc.
3. Desde el periodo de inicio, la microempresa fue gestionada por los socios que la integraban. A pesar de que el proceso de empoderamiento y el rompimiento de los vínculos de dependencia con The Body Shop y la ONG ECOSOLAR fue paulatino, a mediano plazo los socios lograron asumir la responsabilidad de dirigir su propia actividad.

En este sentido, la gestión de las actividades económicas desde la esfera local, constituye otro elemento importante en la generación de procesos de desarrollo; ya que permite que los beneficios generados se concentren al interior del territorio.

4. Como se expuso en el cuarto capítulo, la microempresa lleva a cabo múltiples prácticas que podrían considerarse como signo de una fuerte identidad territorial. Esto se observa desde la fase inicial, ya que los socios, en conjunto con otros miembros de la comunidad, participaron en el emprendimiento del proyecto a través de tequio o trabajo comunitario; acción que fue dirigida hacia la conformación de una nueva alternativa de empleo que posiblemente contribuiría a reactivar la economía local. Ante ello, se rescata la capacidad emprendedora de la comunidad para desarrollar nuevas actividades económicas e iniciar un nuevo proceso de aprendizaje y adaptación.

Asimismo, al constituirse como un atractor turístico ha generado beneficios económicos en el contexto local y regional. De igual manera, se configura como una actividad de carácter comunitario con una fuerte presencia en la localidad, que le permite involucrarse y apoyar en distintos ámbitos. Esto se ve reflejado, a través de su participación en las fiestas y en las comisiones que se forman en la comunidad; y mediante la derrama económica que genera y extiende hacia los sectores de educación y salud, así como a otros grupos emprendedores externos a la localidad.

El impacto de esta actividad también se vio reflejado en la incorporación de la mujer al mercado laboral, considerando que antes del proceso de reestructuración económica sólo existían alternativas de empleo para la población masculina. En este sentido, el proceso de reestructuración local y particularmente la industria, incidieron en la inserción de las mujeres a actividades desligadas de las labores domésticas, facilitando con ello su empoderamiento.

5. La innovación es un elemento de gran importancia para el desempeño, competitividad y sostenibilidad de una actividad económica. En nuestro caso de estudio se observan dos modalidades de innovación: productiva y de tipo organizacional. A pesar de que la empresa no cuenta con un departamento de investigación, se ha logrado ampliar paulatinamente (aunque de forma limitada) la línea de cosméticos, esto ha sido posible

gracias a los cursos de capacitación brindados por distintos actores. Sin embargo, la falta de capacidad para generar innovaciones productivas propias, podría considerarse como una limitante en el desempeño de la industria.

Por otra parte, los socios han mostrado su capacidad de generar cambios en la organización de la industria, perfilando nuevas estrategias que le han beneficiado en distintos aspectos. En esta dinámica, el intercambio de experiencias con distintos grupos comunitarios adquiere relevancia, ya que permite el intercambio de información estimulando el aprendizaje.

Como se observa, nuestro contexto de estudio no se enmarca en un modelo teórico de desarrollo; sino que presenta una dinámica socioeconómica muy particular, que comporta algunas de las características que definen a la perspectiva del desarrollo local, como son: el crecimiento económico; la gestión local de la actividad e ingresos; la presencia de una fuerte identidad territorial, reflejada a través de múltiples acciones que promueven el bienestar social; innovación, aunque su presencia es relativa y requiere de un mayor impulso; así como, la conformación de redes sociales, económicas y de innovación, intra e interterritoriales, que permiten configurar un tejido territorial haciendo visible la dialéctica existente entre la escala local, regional y global en los procesos de desarrollo. De esta manera, la articulación de este conjunto de elementos nos lleva a afirmar que la microempresa “Cosméticos Naturales de Mazunte” es un nodo impulsor de desarrollo en la comunidad.

Ante ello, es importante mencionar que el alcance de este proceso de desarrollo aun es limitado, ya que se trata de una actividad con un notable crecimiento e interés socioterritorial, sin embargo, no cuenta con la capacidad suficiente para brindar empleo directo a más miembros de la comunidad; el apoyo que brinda es relevante, pero restringido a su alcance; y no se ha logrado generar, dentro del ámbito local, una dinámica productiva integral que permita impulsar el desarrollo de la comunidad de manera conjunta. No obstante, de acuerdo a las características que definen a esta industria, podría considerarse que se encuentra perfilando un proceso de desarrollo local.

Guión de entrevistas para agentes económicos

Información del entrevistado

- ¿Cuál es su cargo en la empresa?
- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este cargo?

Historia de la empresa

- ¿Cuándo y cómo se fundó la empresa?
- ¿Qué organismos, instituciones o empresas apoyaron su establecimiento?
- ¿Cómo se realizaron los contactos?
- ¿En qué consistió el apoyo inicial? ¿En qué consiste ahora?
- Desde sus inicios, ¿ha habido momentos de crisis?
- ¿Cuál ha sido la evolución en cuanto a número de trabajadores desde el inicio? (¿Con cuántos trabajadores inició, y actualmente cuántos son?)
- ¿Por qué el personal se compone mayoritariamente por mujeres?
- ¿Cuál es la gama de productos de la compañía? ¿Cómo ha evolucionado desde su fundación? ¿Se ha ampliado?
- ¿Se han especializado en algunos pocos productos? ¿Por qué?

Redes económicas

- ¿Quiénes son sus proveedores? ¿Qué productos surten a la empresa? ¿Con qué regularidad? ¿De que lugar provienen estos productos? ¿Cuál es el volumen de compra en cada lugar?
- ¿Por qué se seleccionaron a estos proveedores? ¿Por que hay una relación de confianza? o ¿Por que los costos son más competitivos?
- ¿Cuál es su volumen de producción?
- ¿Qué productos son los de mayor éxito en el mercado? ¿Dónde los venden?
- ¿Cuál es el volumen de venta en cada lugar?
- ¿Quién distribuye los productos?
- ¿Cuenta la empresa con relaciones estables con distribuidores? y ¿con puestos de venta?
- ¿Cómo se produce el pago, una vez efectuada la venta o con anterioridad?

Identidad territorial

¿Qué alternativas de empleo existen en la localidad?

¿Qué cambios ha observado en la localidad, desde la instalación de la industria? ¿Qué beneficios ha generado?

¿La empresa se ha integrado a la protección del entorno?

¿Piensa que reciben el apoyo suficiente de los poderes públicos locales o estatales?

¿Considera que la comunidad de Mazunte valora el esfuerzo que la empresa ha hecho por la localidad?

Guión de entrevista para el responsable del Centro Mexicano de La Tortuga

Información del entrevistado

- ¿Cuál es su cargo en el museo?
- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este cargo?

Historia del museo

- ¿Cuándo y cómo se fundó el museo? ¿Quiénes apoyaron su construcción?
- ¿Cuál fue el objetivo de su fundación?
- ¿Cuál ha sido la evolución en cuanto a número de trabajadores desde el inicio? (¿Con cuántos trabajadores inició, y actualmente cuántos son?)
- ¿Qué servicios brinda? ¿Se han ampliado desde su fundación?

Redes económicas

- ¿Cuántas visitas recibe al año? ¿De qué lugares los visitan?
- ¿Qué mecanismos emplean para atraer al turismo?
- ¿Cuál es la relación del museo con las demás actividades de la localidad?
- ¿Qué relación tiene con los responsables de excursiones turísticas de la zona?

Redes de innovación y aprendizaje

- ¿Qué grado de capacitación tienen los actuales trabajadores? ¿Quién los capacitó? ¿Dónde? y ¿En qué consistió?
- ¿Actualmente cuentan con apoyo de universidades o instituciones en el área de capacitación?
- ¿Se ha pensado en brindar nuevos servicios?
- ¿Considera que el museo requiere de otros elementos para mejorar su desempeño?

Redes sociales

- ¿Cómo se produce la contratación de trabajadores en el museo?
- ¿El museo tiene una vinculación con las actividades no comerciales de la localidad?
- ¿En qué invierten las ganancias obtenidas?

Identidad territorial

¿Qué alternativas de empleo existen en la localidad?

¿Ha observado cambios en la localidad desde el establecimiento del museo?

¿Qué beneficios ha generado? ¿Se ha logrado promover en la población local una conciencia ambiental?

¿Considera que reciben el apoyo suficiente de los poderes públicos locales o estatales?

¿Considera que la comunidad local valora el esfuerzo que el museo ha hecho por la localidad?

Guión de entrevista para la Regidora de turismo y el Agente de policía local

Información del entrevistado

- ¿En que departamento trabaja?
- ¿Cuál es su cargo?
- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este cargo?

Identidad territorial

- ¿Qué iniciativas se tomaron para atenuar los problemas socioeconómicos de la localidad ante la prohibición de la caza de tortugas?
- ¿Se ha promovido la participación social para dar solución a los diferentes problemas de la localidad?
- ¿Existe un interés, por parte de la comunidad local, para solucionar los problemas que se susciten o para promover la creación de nuevos proyectos en beneficio común?
- ¿Se realizan reuniones comunales?
- ¿Los habitantes locales valoran los esfuerzos que se han hecho por su localidad?

Redes económicas

- ¿Cuáles son las actividades económicas de la localidad?
- ¿Cuáles han generado mayores beneficios?
- ¿Puede explicar cómo fue el inicio y la consolidación de la fábrica de cosméticos? ¿Qué empresas, organismos o instituciones apoyaron su establecimiento? ¿Cómo se realizaron estos contactos?
- ¿Cómo se vinculan las actividades económicas de la localidad? ¿Qué relación existe entre el sector turístico y el resto de las actividades?
- ¿Las empresas son una atracción turística?

Redes de innovación

- ¿Qué opina del grado de capacitación que tiene el personal de las distintas actividades?
- En el caso de la fábrica de cosméticos ¿cree que es el adecuado? ¿Qué instituciones, organismos o empresas han apoyado a esta fábrica en el área de capacitación?

¿Los poderes públicos locales o estatales brindan algún tipo de capacitación?

¿Cómo ve el futuro de las actividades de la localidad, cree que son sustentables a largo plazo?

¿Qué elementos requerirían para tener un mejor desenvolvimiento?

Cuestionario
Perspectiva de la población sobre la dinámica socioeconómica de la
localidad de Mazunte, Oaxaca

Datos sobre el encuestado/a:

Sexo	
Edad	
Lugar de nacimiento	
Ocupación	
Años de residencia en Mazunte	

De los siguientes enunciados diga su opinión:

	Estoy en total desacuerdo	Estoy en desacuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy totalmente de acuerdo	No sabe/ no contesta
Fue necesaria la veda de la caza de tortuga					
Mazunte ha experimentado un notable desarrollo desde la veda de la tortuga a la actualidad					
Todos los avances que se han logrado hasta el momento han beneficiado a la población local					
Las alternativas de empleo que han surgido han sido las adecuadas para la comunidad local					
En los últimos años se ha experimentado un incremento en la oferta de empleo de la localidad					
La fábrica de cosméticos ha generado beneficios en la localidad (por ejemplo, incremento de empleo, apoyo al sector educativo, etc.).					
La localidad ha recibido el suficiente apoyo del gobierno local o estatal					

¿Usted cree que la localidad necesita de otros elementos para mejorar?

No

Sí ¿Cuáles? _____

Identidad territorial / arraigo al lugar

De las tres opciones siguientes, diga con cuál está más de acuerdo:

1. Casa

- Me gusta donde vivo
- Si pudiera, me cambiaría de casa
- Me gustaría vivir siempre aquí

2. Mazunte

- Me gusta Mazunte
- Si pudiera, viviría en otro lugar
- Me gustaría siempre vivir en Mazunte

3. Identidad personal

- Pienso que Mazunte me da identidad
- Mazunte no significa nada para mí
- Soy como soy porque vivo en Mazunte

4. Identidad comunitaria

- Realizo algunas actividades en la comunidad, particularmente en las fiestas.
- Nunca realizo actividades en la comunidad.
- Mazunte es una comunidad solidaria. Nos conocemos y nos apoyamos.

Bibliografía

Albuquerque, Francisco (1999) "Espacio, territorio e instituciones de desarrollo económico local" en Vicente Solari, Andrés, y Aparicio Martínez, Jorge (comp) (2005), *Desarrollo local, textos cardinales*, Facultad de Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México, pp. 90-107.

Caravaca, B., Inmaculada (1998) "Los espacios ganadores y emergentes", *Revista Eure*, v.24 n.73.

Boisier, Sergio, (1999) "Desarrollo (local): ¿De qué estamos hablando?", Cámara de Comercio de Manizales, Colombia.

Boisier, Sergio (2004) "Desarrollo endógeno: ¿Para qué?, ¿para quién? (El humanismo es una interpretación contemporánea del desarrollo)". Red de Investigación y Acción para el Desarrollo Local www.riadel.org/cataDetalle.asp?PID=509.

Borja, J., y Castells, M. (1997) "Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información", UNCHS, Santillana S.S. Taurus, Barcelona, España, pp. 25-30.

Burin, David (2000) "Desarrollo local. Una respuesta a escala humana a la globalización", Ediciones CICICUS, México, pp. 13-45.

Castells, Manuel (2002) "El surgimiento de la sociedad de redes", *La era de la información, Economía, Sociedad y Cultura*, Siglo XXI, vol. 1, en www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellscap6.html

Charry, Inés Clara (2007) "Capital Social Comunitario y Desarrollo" en Charry, Inés Clara y Massolo, Alejandra (coord.) (2007) *Sociedad civil, Capital social y gestión local*, Universidad Autónoma Metropolitana, Plaza y Valdez Editores, México, pp. 89-99.

Coraggio, José Luis (1996) "La Agenda del Desarrollo Local" en Vicente Solari, Andrés, y Aparicio Martínez, Jorge (comp) (2005) *Desarrollo local, textos cardinales*, Facultad de Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México, pp. 209-221.

Dixon, John and Durrheim, Kevin (2000) "Displacing place-identity: A discursive approach to locating self and other", *British Journal of Social Psychology, Great Britain*, pp. 39, 27-44

Flooster, Daniel y Barkin, David (coord.) (1994) "Impacto Socioeconómico del programa de Protección de Tortugas Marinas en la Costa de Oaxaca", Universidad Autónoma Metropolitana-PRONATURA, México, pp. 1-60.

Gallicchio, Enrique (2004) "El desarrollo local en América Latina. Estrategia política basada en la construcción de capital social", Ponencia presentada en el Seminario *Desarrollo con inclusión y equidad: sus implicancias desde lo local*, realizado por SEHAS en la ciudad de Córdoba, Argentina, pp. 3-10.

García Guadilla, María Pilar (1999) "Comercio ético, desarrollo y democracia", en García Guadilla, María Pilar (coord) (1994), *Retos para el desarrollo y la democracia: Movimientos ambientales en América Latina y Europa*, Nueva Sociedad, Caracas, pp. 15-29.

Jiménez, Gilberto (2004) "Territorio, paisaje y apego socio-territorial" en *Regiones culturales. Culturas Regionales* CONACULTA, CONACULTA Querétaro, El Colegio de San Luis, pp. 315-328.

Guimaraes, Roberto (2006) "Las perspectivas del comercio justo ante una globalización asimétrica y con crecientes desigualdades sociales" *Revista Polis*, No. 13. www.revistapolis.cl/polis%20final/13/doc/guima.doc

Gómez, Claudia, et al. (1996), "Participación social en el desarrollo de programas de animación Ecoturística. Estudio de caso en el Mazunte, Oaxaca", Colegio Superior de Turismo y Hotelería, México, pp. 65-83.

Granovetter, Mark (1973) "La fuerza de los vínculos débiles", *American Journal of sociology*, vol. 78, n. 6. en www.unap.cl/p4_unap/docs/cursosociología/GRANOVETTER_lazos_debiles.pdf.

Helmsing, A. H. J. (Berg) (1999) "Teorías del desarrollo industrial regional y políticas de segunda y tercera generación", *Revista Eure*, v. XXVIII, n. 84. www.scielo.cl/cielo.php?script=sci_arttext&pid=SO250-71611999007500001&Ing=es&nrm?iso

Helmsing, A. H. J. (Berg) (2002) "Perspectivas sobre el desarrollo económico localizado", *Revista Eure*, v. XXVIII, n. 84. www.scielo.cl/cielo.php?script=sci_arttext&pid=SO250-71612002008400003&Ing=es&nrm?iso

Jalin, Elizabeth (2003) "El Comercio Justo: ¿una vía para mejorar las condiciones de vida de los productores del sur?", Libros del Zorzal, Buenos Aires, pp. 203-215.

Jorgensen, G. S., and Stedman, R.C. (2001) "Sense of place as an attitude: Lake-shore owners attitudes toward their properties", *Journal of Environmental Psychology*, pp. 21, 233-248.

Klein, Juan-Luis, Fontan, Jean-Marc y Tremblay, Diane-Gabrielle (1998) "Acción colectiva y activación del capital socio-territorial como reacción a la globalización: El caso de Montreal", *Revista Economía, Sociedad y Territorio*, vol. I, n. 4. pp. 639-670.

Klein, Juan-Luis (2006) "Geografía y desarrollo local" en D. Hiernaux y A. Lindón (coord.), *Tratado de Geografía Humana*, Universidad Autónoma Metropolitana, Anthropos, obras generales, México, pp. 303-319.

Kliksberg, Bernardo (2000) "El rol del capital social y de la cultura en el proceso de desarrollo", en Kliksberg, Bernardo y Tomassini Luciano (comp.), *Capital social y cultura*, Universidad Mary Land, Fondo de Cultura Económica, Argentina, pp. 25-40.

Lévy, Jacques (2006) "Geografía y Mundialización", en D. Hiernaux y A. Lindón (coord.), *Tratado de Geografía Humana*, Universidad Autónoma Metropolitana, Anthropos, obras generales, México, pp. 303-319.

McDowell, Linda y Massey, Doreen (1987) "¿El lugar de la mujer?", en *Geography matters: a reader*, Cambridge University, Londres, pp. 128-147.

Martínez, Adriana (2006) "Capacidades competitivas en la industria del calzado en León. Dos trayectorias de aprendizaje tecnológico", Consejo de Ciencia y Tecnología, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, Tecnológico de Monterrey, Plaza y Valdes Editores, México, pp. 104-129.

Méndez R. y Molinero F. (1994) "Espacios y Sociedades. Introducción a la Geografía Regional del Mundo", Editorial Ariel, S.A., 5ª. Edición, Barcelona, pp. 41-68.

Méndez, Ricardo (1997) "Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global", Editorial Ariel, España, pp. 321-361.

Méndez, Ricardo (2002) "Innovación y desarrollo territorial: Algunos debates teóricos recientes", en Vicente Solari, Andrés, y Aparicio Martínez, Jorge (comp) (2005), *Desarrollo local, textos cardinales*, Facultad de Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México, pp. 176-197.

Nanzer, Bruce (2004) "Measuring sense of place: A scale for Michigan", *Administrative Theory and Praxis*, Vol. 26, no. 3, pp. 362-382.

Natal, Alejandro (2006) "Cosméticos Naturales de Mazunte: una empresa comunitaria de éxito", El Colegio Mexiquense, Toluca, pp. 2-14.
www.cmq.edu.mx/docinvest/document/DD36399.pdf

Pérez, Elia (2004) "El proceso de empoderamiento de mujeres indígenas organizadas desde una perspectiva de género", Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México, pp. 129-132.

Precedo Ledo, Andrés (2004) "Nuevas realidades territoriales para el siglo XXI. Desarrollo Local, Identidad Territorial y Ciudad Difusa", Editorial Síntesis, Madrid, pp. 58-59.

Poirey, Jean-Louis and Caille- Cattin, Catherine (2008) "Territorial identity and Geographical Mobility Projects", *Acts of International Conference of Territorial Intelligence, HUELVA* (Spain), 24-27 October 2007, pp. .391-399, en www.territorialintelligence.eu/index.php/huelva07/Poirey>huelva07-Poirey.pdf .

Puren, Karen, Drewes, Ernst and Roos, Vera (2007) "An Exploration of Sense of Place as Informative for Spatial Planning Guidelines: A Case Study of the Vredefort Dome World Heritage Site, South Africa", in *International Journal of Social Sciences*, Vol. 1 Number 3, pp. 188-195.

Rosales, Rocío (2003) "Tlaxcala, ¿un distrito industrial?", en *Sociológica*, Enero-abril, no. 18, núm. 51, Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp. 131-163.

Rowlands, J. (1997), "Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el desarrollo", en *Poder y empoderamiento de las mujeres*, Magdalena León (comp.), TM Editores, Santa Fe de Bogotá, Colombia, pp. 213-245.

Sachis, Rafael (2006) "Geografía Actual del Comercio Justo", en Nogué, Joan y Romero, Joan (2006) (Eds.), *Las Otras Geografías*, Tirant Lo Blach, Valencia, pp. 173-190.

Salinas, Karla (2003) "El Turismo como Motor del Desarrollo Económico y Social en Mazunte, Oaxaca", Universidad del Mar, Puerto Ángel, Oaxaca, pp. 6-20 y 38-109.

Seldon, Arthur y Pennance, F. (1981) "Diccionario de Economía. Una exposición alfabética de conceptos económicos y su aplicación", Alhambra Mexicana, México, pp. 124-125 y 445-446.

Vázquez Barquero, Antonio (1999) “Desarrollo, Redes e Innovación: Lecciones sobre Desarrollo Endógeno”, Editorial Pirámide, Madrid, pp. 27-47.

Vázquez Barquero, Antonio (2005) “Las nuevas fuerzas del desarrollo”, Antoni Bosh editor Madrid, pp. 95-136

Williams, Daniel R. and Jerry J. Vaske (2003) “The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach”, *Forest Science*, 49 (6), pp. 830-840.

Fuentes de consulta

INEGI (1990), XI Censo General de Población y Vivienda.

INEGI (2000) Base Digital.

INEGI (2005), II Conteo de Población y Vivienda.

www.bioplaneta.com.mx

www.thebodyshop.es