

Aprendizaje, desarrollo y producción artesanal en La Palma¹

Carlos Alemán



Estos hijos, por su naturaleza eran grandes sabios y grande era su sabiduría; eran adivinos aquí en la tierra, de buena índole y buenas costumbres. Todas las artes les fueron enseñadas. Eran flautistas, cantores, tiradores con cerbatana, pintores, escultores, joyeros, plateros y talladores. Estos eran Hunbatz y Hunchouén, los hijos de Hun - Hu - Ahpú.... los hombres divinos representantes del canto, del arte y de las artesanías².

Introducción

El párrafo con que iniciamos este trabajo, habla de las divinidades mayas del arte y nos introduce a la estrecha relación existente desde tiempos remotos entre artesanía, tradición y expresión cultural de nuestros pueblos, marca ineludible de conformación de una nación indígena mesoamericana, con cultura y normas propias.

Sin embargo, en la actualidad, el artesano ya no le reza a Hunchouén ni a ningún otro dios de la artesanía y se encuentra separado de cualquier ritualidad "sacra" de sus productos, estigma inevitable de casi 4 siglos de colonización española. No obstante, cierta relación permanece, lo cual nos permite explicar la fuerte relación de los artesanos con la religión actual (ya sea católica o evangélica), así como los motivos

religiosos que constituyen el mayor eje temático de muchas artesanías.

En el caso que nos ocupa, las artesanías de La Palma, los productos de hoy en día ya no son realizados por una sola persona, con una huella inconfundible y con un marcado estilo personal que lo distinguiría de otros productos, hecha sin el concurso de maquinaria y dentro de una sociedad que da un status reconocido al artesano y su familia. Actualmente las artesanías son más bien productos utilitarios (con una función específica), realizados por un conjunto de trabajadores, donde cada uno se contenta con realizar sólo una fase del proceso, utilizando para ello maquinaria simple, ya sea del tipo mecánico o eléctrico. Además, la habilidad artesanal ya no es heredada y transferida de generación en generación, como elemento reproductor de tradición cultural, sino es una actividad nueva, aprendida en unos cuantos años. Evidentemente, en este campo como en otros, los tiempos han cambiado.

Estas aparentes contradicciones plantean interrogantes fundamentales sobre la esencia misma del proceso artesanal y del ser artesano, en el sentido de que tradicionalmente el producto artesanal se conceptualiza en contraposición a la producción industrial: diverso y original en oposición a la estandarización industrial, elaborado manualmente en la mayoría de sus fases y

con pleno control de todo el proceso por parte del trabajador artesanal, clara antítesis de la manufactura.

Estas divergencias entre la teoría y la realidad, entre lo que debería ser y lo que es, permiten fundamentar y justificar diversos estudios sobre las artesanías, planteándolo como un caso legítimo de investigación académica de pertinente actualidad. Sin embargo, si a lo anterior le añadimos la importancia económica y social del fenómeno artesanal en El Salvador (tanto por la cantidad de personas que dependen de él, como por el valor de sus transacciones), así como su potencialidad dentro de estrategias de desarrollo local, hacen fácilmente que la pertinencia se torne urgencia y lo económico, necesidad.

Desde cualquier óptica que se mire, las artesanías juegan un papel muy importante en la historia de nuestro país, ya sea porque constituyen la actividad clásica de uso intensivo de mano de obra, o por ser un proceso consumidor neto de insumos nacionales (con todas las ventajas que conlleva a la balanza comercial), así como por retroalimentar el proceso de identificación cultural, al ser una actividad dinamizadora de tradiciones y costumbres de la población salvadoreña. A su favor también habría que decir que, en los tiempos que transcurren, se ha convertido en el *tradicional y folklórico* refugio contra el desempleo, al dar cuerpo y sentido al accionar de muchas micro-empresas.

**El contenido y la forma
de ser artesano ha
cambiado en la
actualidad; ya no es
una actividad ritual
realizada por una sola
persona, es más bien
el producto utilitario
de un conjunto de
trabajadores**

Paradójicamente y en contraste con la relevancia del fenómeno artesanal, su importancia para los diferentes gobiernos del país ha sido mínima. En una especie de revitalización de la "*maldición de malinche*", las artesanías en El Salvador han estado sistemáticamente relegadas de las políticas e incentivos del Estado, constituyéndose en materia pendiente en las agendas de los diferentes Gobiernos y Ministerios de Economía. Fenómeno que explica, en parte, la permanencia de problemáticas en este sector, entre las cuales contamos:

inadecuados sistemas de comercialización, ausencia de apoyo estatal y no ejecución de leyes de apoyo al sector, ineficiencia de la asistencia técnica, mínimo grado de capacitación, falta de financiamiento y líneas de crédito, gestión inadecuada, etc.. Recordemos que sólo hasta principios de los años 80, fue posible la creación de una Ley y un Instituto de Protección Artesanal, pero por ser muy general y carecer de fondos e infraestructura adecuada, se volvió

rápidamente inoperante.

Sin embargo, y en contra de lo anterior, es posible identificar experiencias aisladas *relativamente exitosas de desarrollo artesanal localizado*, las cuales representan combinaciones novedosas de iniciativa empresarial o protoempresarial, artesanos locales y canales de comercialización interna, regional y hacia el exterior. Estos casos son: La Palma en Chalatenango, Ilobasco y San Sebastián en Cabañas, y

Nahuizalco en Sonsonate. El artículo que presentamos a continuación es una síntesis elaborada de un trabajo de investigación sobre el primer caso: las artesanías de la Palma.

Al respecto, es innegable el reconocimiento adquirido por las artesanías originarias de la ciudad de La Palma, tanto por su peculiar estilo de madera pintada, como por su especial relación con el desarrollo artístico de uno de los más reconocidos pintores del país: Fernando Llorca; así como por convertirse en la cuna de varios pintores con reconocimiento nacional e internacional. También habría que mencionar, la existencia de una importante concentración de artesanos y talleres en esta ciudad, y de ser un foco de exportación de este tipo de productos en todo el territorio. Se valida sin lugar a dudas, el constituirse en un sujeto de investigación pertinente.

¿Cómo se originaron las artesanías en esta pequeña localidad a 82 km de San Salvador? ¿Cuáles fueron los factores que impulsaron su desarrollo y cuáles los límites que tuvieron que superar? ¿Dónde se encuentran los cuellos de botella? ¿Cuál ha sido su impacto en el desarrollo local? ¿Cuáles son las principales lecciones y propuestas que el análisis de estas experiencias brindarían para el impulso de modelos similares en otros municipios? Estas y otras inquietudes se han tratado de responder con el desarrollo de la investigación, cuyo extracto se presenta a continuación.

Las artesanías, son fundamentales en la comprensión de los fenómenos sociales al representar un nudo gordiano entre el control y autonomía del trabajo, entre actividad empresarial y tradición popular, así como entre autogestión y desarrollo local

Quizás, la forma de avanzar en la comprensión de los fenómenos sociales no sea realizando casos generales, sino partiendo del análisis de casos particulares que nos muestren la forma específica en que se combinan recursos, producción y trabajo con un fin concreto. Las artesanías ocupan aquí un lugar privilegiado al representar un *nudo gordiano* entre el control y autonomía del trabajo, la actividad empresarial, el rescate de la tradición de un pueblo,

la autogestión y el desarrollo local.

La Palma y su contexto



El contexto espacial se localiza en la ciudad de La Palma, cabecera del municipio del mismo nombre, departamento de Chalatenango. La ciudad se encuentra situada a 995 metros sobre el nivel del mar, en la montaña El Malcotal y a 82 Km de la ciudad de San Salvador, sobre la "Carretera Troncal del Norte CA-4". Esta vía, de tráfico pesado, pasa en medio del pueblo en dirección hacia Honduras.

La Palma es una comunidad pequeña que para 1992 alcanzaba los 10,632 habitantes (el 6% de la población total departamental y el 0.1% a nivel nacional). Se trata de una población en su mayoría afincada en el área rural (72.3%) y orientada a

actividades agrícolas. El área urbana engloba al 27.7% de la población, dedicada en su mayoría a actividades comerciales, artesanales y servicios públicos³. Con respecto a los niveles educativos, los niveles de analfabetismo local (41.7%) duplican los promedios nacionales, concentrados lógicamente en las áreas rurales. De los que logran insertarse en el mundo de la lecto-escritura, la mayoría sólo adquiere conocimientos elementales al realizar la educación básica (90%).

En síntesis, el contexto en donde se desarrollan las artesanías de la ciudad de La Palma presenta las siguientes características: es una localidad relativamente apartada de la capital, ubicada en una pequeña comunidad orientada a actividades agrícolas de granos básicos, frutas, papa, café y caña de azúcar, con pequeña predominancia del género femenino y con altos índices de analfabetismo.

El inicio: la conformación de un espacio de aprendizaje artístico

El origen de las artesanías en La Palma se encuentra innegablemente ligado a la evolución artística del pintor Fernando Llort, y especialmente con su llegada a esta localidad en enero de 1972.

El papel de una sola persona no es trascendental a menos que genere un dinamismo

en torno a él, despertando potencialidades ya existentes y permitiendo la convergencia de condiciones sociales objetivas, necesidad y factores subjetivos alrededor de un proceso único. De esta manera, con la llegada de Llort a La Palma, se inicia un proceso debido a la interrelación de los siguientes fenómenos:

El papel de una persona no trasciende a menos que genere un dinamismo en torno a él, despertando potencialidades existentes y permitiendo la convergencia de condiciones objetivas, necesidades y factores subjetivos alrededor de un proceso único

* Fase de interiorización y búsqueda personal del artista y pintor Fernando Llort, que se tradujo en búsqueda de un estilo personal y en la prueba constante de nuevos materiales de expresión.

* Coyuntura de aumento del desempleo en la región, debido a la baja en los precios de los bienes transables en el mercado internacional. Recordemos que la crisis mundial de 1973-1974 repercutió en el ámbito nacional y de localidades produc-

toras para la exportación (especialmente café), lo cual trajo una disminución del empleo estacional.

* La existencia de cierta disposición socio cultural de la población de la región hacia el desarrollo artístico. Lardé y Larín, en su Historia de El Salvador señala la especial mezcla de culturas que se dio en el noroeste de país: el asentamiento indígena de Mataras (del otro lado de la frontera de Honduras), la cercanía de las ruinas de Copán, que era un asentamiento urbano precolombino considerable y cuyas artesanías

alcanzaron un nivel elevado (policromía, cerámica y jade), y la presencia de un asentamiento español en lo que hoy es la ciudad de La Palma durante la colonia, evidenciado por la existencia hasta hace unos meses, de una enorme *ceiba*. Estos factores fundamentan la hipótesis de la existencia histórica de altas propensiones artísticas de los habitantes de la zona. Esto vendría a explicar, entre otras cosas, la hereditaria habilidad artesana-artística de

Fernando Llorc Choussy nació en San Salvador el 7 de abril de 1949, nieto de un inmigrante catalán de principios de siglo. A inicio de los años 60 parte a Francia, donde se licencia en Filosofía por la Universidad de Toulouse en 1962. Le siguen seis meses de Teología en Lovaina, Bélgica, y seis meses en la Universidad de Baton Rouge, Louisiana, estudiando materias artísticas. Ya de regreso en el país, en enero de 1972 decide auto retirarse buscando un lugar tranquilo para trabajar en la ciudad natal de su esposa, La Palma, ubicado a 2 horas del bullicio de la capital. Establece en su propia casa una escuela práctica de educación artesanal, la cual funcionó hasta la formación el 27 de agosto de 1977 de la *Cooperativa Artesanal Semilla de Dios*, la cual continuó con el proceso. En 1979, debido a amenazas y a la inestabilidad política de principios de la guerra, Llorc y su familia salen del país. Después de una corta estancia en México, el pintor se radica definitivamente en San Salvador, donde años después funda la sociedad anónima el "árbol de Dios", taller y comercializador artesanal.

Mientras tanto, en la ciudad de La Palma, la actividad artesanal se siguió consolidando, desarrollando una relativa autarquía del exterior. Con la llegada de los Acuerdos de Paz de 1992, los establecimientos artesanales se incrementaron, incentivados por la incorporación de desmovilizados.

los habitantes de La Palma, así como la existencia de un grupo de pintores reconocidos a nivel nacional e internacional originarios de la ciudad (Alfredo Linares, Oscar Jiménez, Oscar Chacón, Damari, Aura Marina, Manuel Cruz y otros).

- * Las características de la producción artesanal misma, primero de semillas de copinol y luego de madera pintada. Las cuales por utilizar insumos locales (fuertes eslabonamientos económicos hacia atrás), requerir poco capital inicial y tecnología simple, por la facilidad del aprendizaje de las fases generales y por especial combinación con la economía familiar se convirtieron en estrategias de subsistencia para la población contra el desempleo.
- * La existencia de elementos de cohesión ideológica cultural, representados en el seguimiento de la religión cristiana, lo cual se convirtió en un factor importante en la conformación de la cooperativa "La Semilla de Dios".
- * Cierta aislamiento geográfico, lo cual limitaba las influencias externas y permitía el desarrollo más o menos autógeno de la producción artesanal. La madera y otras materias primas eran producción doméstica, sólo algunas pinturas se portaban de la capital.

De esta manera, es la conjunción de estos factores: *un impulsor de innovación artística* (Llorc, tanto por la prueba de varios materiales como por la enseñanza desde el inicio de técnicas aprendidas por el pintor en el extranjero), *la existencia de la necesidad* (por el desempleo y la urgencia de encontrar mecanismos de subsistencia), *un factor de coherencia ideológica* y cierto grado de *habilidades innatas de la pobla-*

ción, lo que permite explicar el rápido desarrollo y consolidación de la producción de artesanías en La Palma; y cómo en menos de tres décadas la artesanía se ha convertido en legado intangible de la zona, con reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Clasificación de los Talleres Artesanales de La Palma

El primer problema a enfrentar, referido a la carencia de información detallada sobre el caso, se resolvió con una investigación de campo sobre los Talleres artesanales de La Palma⁴. Seguidamente, las dificultades metodológicas y conceptuales se resolvieron con el análisis de dos parámetros de referencia: la clasificación que hace la misma *Ley de Protección Artesanal* y aquella que se puede derivar del *Libro Blanco de la Microempresa*. Veamos en detalle cada una de ellas:

I- La Ley de Protección artesanal de 1982, clasifica los Talleres Artesanales tomando como criterio exclusivo el número de trabajadores. De esta manera se tiene que un taller pequeño es aquel con menos de 5 artesanos, un taller mediano entre 6 y 50, y un taller grande aquel con más de 50 trabajadores artesanos. Aplicando esta clasificación a los Talleres Artesanales de La Palma, se observa la existencia de una pequeña predominancia de los talleres medianos (52%), es decir con personal entre 6 y 50 trabajadores;

seguido de cerca de los talleres pequeños (48%) y sin la clara presencia de los talleres grandes. De este contexto podría desprenderse un panorama bastante alentador para las artesanías de La Palma, ya que, por ser la mayoría medianas empresas, su existencia y estabilidad estarían aseguradas, concentrándose sus dificultades en problemas de gestión (administrativo, de comercialización y exportación), así como de ampliación (restricción financiera de capital de inversión y de operación). Hechos que estarían orientando el rumbo de las políticas económicas de desarrollo al sector.

Sin embargo, como veremos más adelante, la realidad de los talleres artesanales de esta pequeña ciudad es muy diferente, lo cual es válido para el caso que nos ocupa, así como a nivel nacional.

**Para una tipificación
de los talleres
artesanales en el país,
existen dos
parámetros: uno
derivado de la Ley de
Protección Artesanal y
otra basada en los
señalamientos del
Libro Blanco de la
Microempresa**

Esto apunta a que la tipología sugerida por la Ley de Protección Artesanal, a pesar de su ventaja empírica de facilidad y simplificación del indicador, presenta problemas de coherencia y pertinencia con la evidencia cuantitativa del fenómeno que se está midiendo. Se hace necesario, entonces, proseguir en la búsqueda de indicadores que permitan una clasificación más integral de los establecimientos

artesanales.

II- Como segundo parámetro de referencia para la construcción de criterios de

clasificación de nuestro objeto de estudio, se partió de los criterios aportados por el Comité Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE y el Libro Blanco de la Microempresa. Aquí se establece como criterio general para la división entre micro y pequeña empresa, el número de trabajadores y el valor de las ventas mensuales. De manera que se considera como microempresa, aquella que emplea hasta un máximo de 10 personas y que genera ingresos hasta 50,000 colones mensuales; en cambio pequeña empresa, es aquella que emplea entre 11 y 50 personas, con ventas mensuales entre 50,001 y 500,000 colones. En el Libro Blanco además se subdivide a las microempresas en tres tipos⁵:

1. *Microempresas de subsistencia (MSU)*. En esta categoría se clasifican a las microempresas que tienen tan baja productividad, que sólo persiguen la generación de ingresos con propósito de consumo inmediato, no pudiendo cubrir ni los costos de producción y recurriendo a estrategias de subsistencia.
2. *Microempresas de acumulación simple (MAS)*. Son aquellas cuyas actividades productivas generan ingresos que cubren sus costos, aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en crecimiento de la empresa en forma global.
3. *Microempresas de acumulación ampliada (MAA)*. Establecimientos donde la actividad productiva es suficientemente elevada como para permitir acumular excedente e invertirlo en el crecimiento de la empresa misma.

Asimismo y con base en una clasificación de

pequeñas empresas industriales de un estudio anterior⁶, éstas se pueden dividir en:

- a. *Pequeña empresa estática (PEE)*, la cual estaría formada por los talleres artesanales con más de 10 trabajadores donde no es posible visualizar estrategias dinámicas de desarrollo productivo (cambio en el proceso de trabajo, en la organización, etc.), tecnológico (innovación y adaptación del equipo), de inversión en capital intangible (capacitación, diseños, etc.) y de comercialización (búsqueda de mercados, promoción, etc.).
- b. *Pequeña empresa dinámica (PED)*, conformada por los establecimientos que han logrado consolidar sinergias de desarrollo productivo, tecnológico, de capital humano y de distribución de su producto principal, permitiéndoles diversos niveles de competitividad real en sus mercados respectivos.

Cuadro No.1
Clasificación de los Talleres Artesanales de La Palma por tipo de empresa

Tipo de empresa	Número de empresas	% absolutos de muestra	% relativos a su tipo
MSU	9	18	25
MAS	17	34	47
MAA	10	20	28
	36	72	100
PEE	12	24	86
PED	2	4	14
	14	28	100
	50	100	

Utilizando estos nuevos criterios es posible realizar una clasificación diferente de los Talleres Artesanales de La Palma, que presentamos en el cuadro N° 1. Como se observa, con la aplicación de la nueva clasificación el panorama se vuelve más realista e integral. A nivel general, la mayoría de talleres artesanales son microempresas (72%), presentando diversos grados de dificultades en su estabilidad y crecimiento; y menos de 1/3 de la muestra puede clasificarse como pequeña empresa. Cada segmento esta dominado por la inestabilidad en el caso de las microempresas y por la falta de dinamismo en los pequeños establecimientos. El 47% de las microempresas corresponde al tipo de acumulación simple, lo que señala que estos talleres pueden cubrir de manera general sus costos, pero no pueden invertir en crecimiento. Por su parte, la casi totalidad de las pequeñas empresas presentan un mínimo o nulo dinamismo en las áreas productivas, tecnológicas, de capacitación y de gestión de mercados.

De este hecho podemos extraer la primera gran conclusión de nuestro estudio: que los talleres artesanales de la muestra y por inferencia estadística los de La Palma, presentan como una característica peculiar la inestabilidad y la falta de dinamismo, el anclaje en el corto plazo y la falta de visión de futuro, ya que el 76% de los casos (MSU+MAS+PEE) pueden tipificarse con diversos grados de precariedad, no presentando una lógica empresarial claramente

definida. Sólo en el 25% de los talleres se presentarían los rasgos contrarios, la capacidad de reinversión, de crecimiento y el dinamismo empresarial (MAA+ PED). A nivel de detalle y por segmentos, el primero de ellos, las microempresas de subsistencia que conforman casi el 20% de los casos, portaría las siguientes características generales:

**Los talleres
Artesanales de
La Palma presentan
como características
generales:
la inestabilidad y el
reducido dinamismo,
así como la mínima
visión de futuro, la
elevada precariedad
y la falta de una lógica
empresarial definida**

Las siguientes características generales: el promedio de trabajadores sería de 3, la mayoría de ellos familiares, y la empresa no alcanzaría ni los 5 años de fundación (67% de casos). Este último punto estaría indicando lo difícil que resulta el negocio de las artesanías, donde los factores de experiencia y permanencia son muy importantes.

Con respecto a las microempresas de acumulación simple (34% de la muestra), el 90% tendrían menos de 10 años de forma-

ción y el promedio de trabajadores sería de 4.6. Una de las características de este segmento es la transición, la movilidad tanto para el segmento inferior (MSU) como hacia el superior (MAA). Por esto no es de extrañar que encontremos aquí dos experiencias de ex-cooperativas: taller El Amanecer (Cooperativa La Palma) y taller Artesanos Unidos, así como un taller fundado en 1988 (Taller Cayaguanca). Por esta característica, la proporción de microempresas con problemas de acumulación (el porcentaje de MAS) indica el nivel de crisis en la actividad artesanal.

Por su lado, las microempresas de acumulación ampliada (20% del total) poseen en promedio 6.6 trabajadores artesanos y el

70% posee de 7 a más años de conformación. Recordemos que el segmento de acumulación ampliada es el pequeño segmento empresarial, donde la adecuada combinación de factores productivos y posicionamiento comercializador permite a la unidad crecer con márgenes amplios de excedente. En otras palabras, el dominio de su nicho en el mercado, la acumulación de experiencia en el empresario-artesano, el mejoramiento de la tecnología y otros elementos son los factores naturales que inducen la graduación o tránsito hacia el crecimiento.

Las pequeñas empresas estáticas poseen en promedio un número de empleados mucho mayor (16) y el 60% de los casos tienen más de 10 años de formación. Finalmente, las pequeñas empresas dinámicas sólo son dos empresas con más de 13 años de fundación y con un promedio de 50 trabajadores.

Con respecto a los años de existencia de los talleres, a nivel general la mayoría fueron creados después de la guerra (68%), con la apertura que viene a raíz de los *Acuerdos de Paz*. Menos de 1/3 de los existentes actualmente provienen de la década de los 80, es decir, vivieron la guerra. Sólo dos talleres, La Cooperativa Semilla de Dios y las Artesanías La Palma pertenecen a la oleada original, nacida en la década de los 70.

Sin embargo, los propietarios declaran tener años de experiencia que difieren de los de fundación de los talleres, lo cual nos vendría a señalar de nuevo que la movilidad entre talleres artesanales y entre éstos y otras actividades no es insignificante. La mayoría de artesanos tiene así más de 11 años de experiencia en el oficio (63%), existiendo 1/5 de los mismos que posee más de 20 años de

experiencia y que aprendió de la mano del mismo Llord. El fenómeno que es importante señalar aquí, es la existencia de una masa crítica de artesanos calificados, de un *capital humano* con más de 11 años de experiencia, patrimonio tangible de la ciudad de La Palma.



El producto artesanal

Con respecto al producto artesanal de La Palma existe una elevada especialización de los talleres en la producción de artículos de madera decorada o pintada. Directamente, el 86% de los mismos declaran como producto principal la madera pintada o la madera en blanco⁷. La producción de hamacas y mantas (6%) y la de cerámica (4%) es marginal, así como la de grabado de semillas, la cual recordemos fue de las actividades con que se inició la producción artesanal. La producción artesanal de madera pintada o decorada es un nombre genérico que engloba una serie de artículos que poseen como materia prima principal la madera. Estas líneas de productos, que fácilmente superan los 50, pueden clasificarse como:

1. Madera pintada con motivos religiosos, que incluye la producción de cruces de todo tamaño, santos, iglesias, etc.
2. Madera decorada con fines utilitarios, conformada por especieros, perchas, soporta tasas, prende llaves, salvamanteles, etc.
3. Madera pintada con fines decorativos, donde podríamos mencionar a espejos con formas varias, retablos pintados, etc.
4. Madera pintada con fines pedagógicos, especialmente referidos a enseñanza para niños, aquí se encuentran los

rompecabezas pedagógicos, los silabarios, para aprender las vocales y el alfabeto, etc.

5. Utensilios de uso múltiple, como cofres, porta CD, etc.

Como resulta evidente, no todos los talleres producen estos artículos, encontrándose que la mayoría de talleres se concentra en 6 u 8 líneas de artículos, los cuales son los que más demanda y aceptación tienen en el mercado.

Pero lo que vuelve particular y llama la atención de las artesanías de La Palma, además del diseño de la madera misma, es su decoración en sí, la forma como esta pintada. Esta posee todo un estilo en particular, que con el paso del tiempo se ha conformado en un valor por sí mismo y en una *firma* fácilmente reconocible a nivel local y nacional⁸.

De esta manera, la elevada diferenciación del producto artesanal, debido a la

En La Palma se desarrolla una cultura autóctona de pintura, con temas que van desde el primitivismo al paisajismo preciosista, combinado con temas religiosos y simbólicos. Puede ser catalogada como una moderna interpretación de los prerrenacentistas italianos, quienes inspirados en San Francisco de Asís, valoran todos los elementos existentes en la naturaleza, puestos en la misma jerarquía con los seres humanos. En estas estampas, el sol (un tema recurrente) sería la representación de la esperanza, utilizando los colores intensos aplicados en forma pura, en representación de la formación del hombre nuevo. Se trabaja con la técnica medieval del temple, lo cual da la impresión de ser trabajos en esmalte. La división de la superficie del cuadro en parcelas individuales, a manera de mosaico en tesalina, se conjuga con la brillantez técnica de la impresión en general.

asimilación creativa de un estilo artístico, se ha consolidado en un patrimonio evidente de los artesanos de la ciudad.

Este fenómeno, denominado *identificación y marca de procedencia*, se fundamenta en el reconocimiento generalizado sobre el origen de los productos artesanos, que permite a la población reconocer el diseño y el estilo, relacionándolo con el lugar de procedencia. Muchos compradores identifican fácilmente una artesanía de La Palma por el diseño que posee y seguidamente la prefieren. Así, lo que empezó como un medio de identificar el origen del producto se ha convertido con el paso del tiempo y la constancia, en un valor en sí mismo, y muchas veces, en el elemento principal de posicionamiento del producto en el mercado. En este contexto, la marca (en este caso de hecho) cumple un papel tan importante, que se asemeja a la asignación de un monopolio de mercado para una empresa específica⁹.

Esta aceptada diferenciación del producto permite la realización de un diferencial sobre el precio de los productos genéricos existentes en el mercado. En otras palabras, existe un diferencial de precio que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto de una determinada procedencia en relación con un producto similar producido en otra zona. Llámese *valor de marca* a este diferencial si esta registrada en la oficina adecuada, o *valor de procedencia*, si no lo está¹⁰. El problema se encuentra en el hecho de que este diferencial no es realizado por el productor de artesanías, en este caso por los artesanos de La Palma, sino que es acaparado por el intermediario comercializador. Este último posee un producto diferenciado que le es más fácil vender, sin pagar parte de su costo. De esta manera, la marca sólo sirve para asegurar el monopolio de los inter-

mediarios sobre los productos artesanales, diferenciando el mismo frente a la competencia más cercana y creando una identidad propia al producto, que le ayuda a su posicionamiento en el mercado.

Otra dificultad radica en que esta diferenciación del producto no está acompañada de formas de reconocimiento físico, que permitan aclarar la procedencia de la artesanía en cuestión. Son pocos los talleres artesanales de La Palma que sellan en forma general sus productos (sólo nombre del taller), permitiendo identificar su procedencia y calidad esperada. Pero aún más, en estas artesanías no existe el nombre de la *marca*, ni el *logotipo*, ni el *isotipo*; por lo que la marca, en los pocos casos que existe, se encuentra incompleta¹¹.

De esta manera, el gran éxito comercial de La Palma radica en que los talleres con el paso del tiempo han logrado desarrollar una diferenciación sentida de su producto artesanal, conformada por la serie de peculiaridades que le permiten a los compradores identificar sus productos y diferenciarlos de los bienes sustitutos (por el tipo de decorado, por la pintura, etc.) estableciendo una demanda definida y en ciertos aspectos cautiva. Sin embargo, esta *identificación de origen* no se ha desarrollado hacia una *marca de procedencia* en forma completa y oficial, lo que permitiría a los productores beneficiarse del mismo con el retorno de los costos en que han incurrido para realizarlo.

**El gran éxito
comercial de
La Palma consiste
en que los Talleres
han logrado
desarrollar una
identificación de
origen, una marca de
hecho, lo cual sin
embargo, facilita la
realización del
producto a favor del
intermediario**

Proceso tecnológico y artesanías

El diseño de las artesanías de esta ciudad, por la cual es conocida a nivel nacional e internacional, depende fundamentalmente de la formación de recurso humano calificado (el artesano mismo), así como de la tecnología concreta utilizada, la cual define las formas y acabado del producto final.

Con respecto al primer punto, sobre la capacitación del artesano, la mayoría de trabajadores (54%) señala que no ha participado en ningún curso de capacitación artística¹². De los pocos que lo han hecho, la mayoría menciona la Casa de la Cultura de La Palma como organizador de los cursos, lo cual alaba el trabajo que esta institución ha venido realizando. Además, la mayoría de artesanos sólo han cursado la primaria (69%), aunque hay que enfatizar que los porcentajes de

analfabetismo en este sector son mínimos.

Por otra parte y en lo referente a la tecnología utilizada en su parte "*incorpórea*", *no material*, la mayoría de talleres señala que los diseños de sus artículos son nuevos y provienen de creación propia (59%), un 25% afirma que son versiones de diseños anteriores (*ya que el cliente siempre les pide lo mismo*), y sólo un 16% acepta que copia sus diseños de otros.

En la parte de tecnología "*corporizada en el equipo*", y a pesar de tratarse de artesanías, se emplea por lo general cierto tipo de maquinaria simple con el fin de facilitar el

trabajo de elaboración, la obtención de una mayor producción y un mejor acabado. El tipo de maquinaria es eléctrica o mecánica, conformada por taladros, caladoras, sierras eléctricas, etc. La gran mayoría (90%) utiliza maquinaria en su proceso de elaboración de artesanías, las cuales son adquiridas en San Salvador. Lo que resulta necesario enfatizar es que esta maquinaria simple, en la casi totalidad de los casos, no sufre procesos de adaptación y de mejora técnica (control de la velocidad, adaptaciones para mejorar la precisión, etc.); y cuando estos se presentan, son adaptaciones externas y sencillas (sólo el 6% de los casos).

Finalmente, queremos destacar las limitaciones técnicas de los diseños de las artesanías de La Palma, las cuales se relacionan con la sencilla maquinaria utilizada (caladoras y sierras). Estas permiten sólo cortes transversales y planos, lo cual forma el marco general de los productos artesanales. Extraña ver en estos últimos, objetos redondos o de madera tallada a mano, lo cual es una característica de las artesanías de madera en otras partes. Será necesario entonces, diversificar y experimentar nuevos diseños, con formas novedosas, redondas y en tres dimensiones.

El proceso de producción de artesanías

Un elemento que caracteriza el proceso de producción de artesanías y que lo vuelve peculiar a nivel nacional, es la división de trabajo que se da en el proceso mismo de su elaboración. En efecto, no todas las fases del proceso se realizan en el mismo local y bajo la misma organización de producción; ciertas fases se dislocan y se consignan para completar utilizando trabajadores/as a domicilio. Estos lo realizan en sus casas,

incluso con ayuda del trabajo familiar, para después de un tiempo convenido reintegrar el producto semi-terminado hasta completar el proceso y lograr el producto final. Este resulta ser una estrategia de los talleres para la reducción de costes, ampliando en forma ficticia los márgenes de ganancia simple.

Se realiza así la simbiosis que ha permitido subsistir a la mayoría de empresas de La Palma, entre la *reducción de costes debido a la deslocalización de procesos de trabajo artesanal usando el trabajo a domicilio sin seguridad social, y la creación de empleos temporales que ofrecen complementos de ingresos a la población*. Fenómeno que está relacionado a la inestabilidad de la demanda. De esta manera, debido a la baja capacidad instalada y a los límites en la producción de muchos talleres artesanales,

Ocupación: madre y pintora de artesanías en horas libres

Lilian Pineda Guevara es una madre de 3 niñas y un niño, de unos 48 años de edad, se gana la vida pintando a domicilio en La Palma. Lleva ya 7 años con este trabajo, el cual lo aprendió con el mismo Fernando Llort en la Cooperativa Semilla de Dios. Afirma que le gusta este trabajo, en el cual le dan los materiales y la pintura. Nos señala orgullosa cómo logra coordinar las labores del hogar y sacar a la vez el trabajo encomendado, a ritmos de 2 horas en la mañana y 3 horas en la tarde, una tacita de café y el cuidado de la casa. Cómo pinta las maderas, la mayoría cruces, con motivos religiosos y cómo varía en formas y estilos sus pinturas. Finalmente, cómo se las arregla para transportar en bus con ayuda de su hija el producto terminado desde el cantón El Carmen hasta la Palma, cobrando por ello sólo 1.66 colones o 0.19 de dólar por cruz pintada.

cuando enfrentan una mayor demanda productiva (un pedido inesperado) se ven en la necesidad de incorporar más trabajo, así como mecanismos y tácticas que van desde la disminución de la calidad del empleo (pago por pieza, por día, etc.), hasta la ubicación del nuevo puesto fuera del alcance de la legislación (empleando trabajo familiar), o alguna combinación de ambas. Cuando se reduce la demanda, la producción vuelve a la normalidad.

La mecánica es sencilla, el propietario del taller lleva un cuaderno con el registro de pedidos y entregas; el cual al final de mes generalmente se revisa y se cancela en efectivo. Los pintores y los barnizadores generalmente trabajan por día. Tradicionalmente, los carpinteros son hombres y las pintoras y dibujantes son mujeres.

Dependiendo del pedido, del trabajo anterior acumulado y de la fecha de entrega, puede ser necesario que trabajen entre 20 a 30 personas a domicilio. Con este esquema, la mayoría de talleres de La Palma hacen uso de la división del trabajo (72%), en la cual se ven involucradas 302 personas de dicha ciudad, en forma directa. Las etapas que comúnmente se deslocan son básicamente las de pintado y decorado, las cuales requieren de habilidades específicas y de dotes artísticas.

Problemas y límites de los Talleres Artesanales

Como resulta evidente, las dificultades que tienen que superar los Talleres Artesanales son muchas, sin embargo, los más importantes pueden enunciarse como sigue:

*Mínimos e inadecuados servicios de producción*¹³. En primer lugar y con respecto a los *servicios financieros y crediticios*, la gran

mayoría de los talleres artesanales no pueden acceder al sistema financiero y crediticio formal. Esto es debido a varios factores: la ausencia de líneas de financiamiento adecuado hacia las artesanías, los elevados requisitos que un préstamo normal exige, el alto costo del crédito (interés entre el 17 y 23%), las menguadas ganancias que tienen muchos talleres y la carencia de contabilidad formal de muchos establecimientos. El sector financiero no posee líneas de crédito preferenciales que le permitan al micro-productor superar sus limitaciones, tanto para invertir como para capital de operación. Los artesanos en su mayoría no son sujetos de crédito, ya que carecen de garantías hipotecarias, muebles de poco valor, etc.; asimismo, la mayoría de productores desconocen el trámite del crédito y lo consideran engorroso, limitándose a producir con capital propio, desaprovechando algunas ventajas del financiamiento en términos de posibilidades de expansión.

En segundo lugar, la mayoría de los talleres no poseen adecuados *servicios de contabilidad*, lo que repercute en el registro de transacciones, la rentabilidad y productividad del taller, la estructuración formal de la empresa y la concesión de préstamos de la banca formal. Sólo el 18% de los establecimientos señala llevar sus cuentas formalmente, dejando a la gran mayoría con mecanismos informales de contabilidad (hojas sueltas, anotaciones, cuentas parciales, facturas, etc.). Fenómeno que posee relación con la razón social de la empresa, donde el 36% de los talleres afirmaba que no se encontraba registrado ni en el Registro de Comercio ni en la alcaldía. Un 60% de los casos afirmaba que se había registrado como empresa privada o particular, y sólo 2 talleres subsistían como cooperativas. Por lo anterior y de acuerdo al concepto de informalidad propuesto en el

Libro Blanco de la Microempresa, la mayoría de talleres artesanales de La Palma podrían clasificarse como "informales", al verse limitado su acceso a los recursos financieros y técnicos y por la falta de ajuste a las regulaciones que un inadecuado marco normativo les impone¹⁴.

Escasez de la Materia Prima, especialmente del pino bete. Tradicionalmente, la madera utilizada en La Palma es originaria de los bosques cercanos a la ciudad, sin embargo, debido al incremento de la demanda y la tala indiscriminada, las reservas naturales han comenzado a menguar desde finales de la década pasada. La respuesta a este problema ha pertenecido siempre a la lógica de la tala extensiva, concretizada en la búsqueda de nuevos bosques en la frontera y al interior de Honduras. Dicho fenómeno ha incrementado los precios de la madera. Sólo un taller, la Cooperativa Semilla de Dios, ha dado una respuesta activa a este problema, al adquirir un bosque para la producción de pino (40 manzanas adquiridas en 1988).

Inadecuados canales de comercialización. La mayoría de diagnósticos del sector artesanal, entre tesis e investigaciones, coinciden en la existencia de un verdadero *cuello de botella* al momento de canalizar y distribuir la producción artesanal al consumidor final. Esto debido a varios factores, entre los que se pueden contar: falta de transparencia e información del mercado de artesanías, urgencia del retorno de liquidez de los productores, poder de monopsonio de muchos intermediarios (que prácticamente establecen los precios de venta de los productores), y falta de promoción adecuada de las artesanías. La mayoría de productores hacen uso de intermediarios de comercialización para la realización de sus productos, los cuales se quedan con una buena proporción de la ganancia.

En La Palma, la mayoría de talleres hacen uso de intermediarios, entre los cuales podemos contar: los diferentes puestos de artesanías del Ex Mercado Cuartel, los puestos del Mercado de Artesanías, Nahanche, El árbol de Dios, La Tienda de Artesanías, etc. Las mecánicas concretas varían, siendo una muy utilizada la del *producto a consignación*, en la cual el productor deja su producto con el intermediario "*a ver si se vende*", regresando después de un tiempo por su valor o por su producto. En la práctica este mecanismo, funciona como un crédito informal del productor al intermediario, claro está, en desmedro del primero. En promedio, los talleres venden directamente 1/4 de su producción. Lógicamente el porcentaje varía, teniéndose que unas venden directamente el 100% y otras sólo trabajan por pedidos (22%), no realizando venta directa. Sin embargo, la mayoría de las ventas se realizan a intermediarios en San Salvador (67%) y sólo un 14% a clientes extranjeros.

Un caso particular de comercialización es aquel que se exporta. Son pocos los talleres artesanales que poseen capacidad de exportación (28% de los casos). Con respecto al tipo de empresa, la mayoría de éstas son pequeñas empresas estáticas (50%), seguido por las MAA (28%) y las PED (14%). Esta aparente contradicción, donde las empresas que más exportan son las menos dinámicas, nos estaría indicando que no basta con exportar para lograr procesos productivos activos y que el llamado "*tirón de la demanda de exportación*", si no existen las condiciones adecuadas, puede ser contraproducente para los talleres artesanales. Las empresas más exitosas, las PED, diversifican su comercialización, exportando directamente en promedio el 55% de su producción dividido en varios clientes. De esta manera, partiendo del hecho de que la mayoría de talleres artesanales no posee

capacidad de exportación, así como las dificultades que encierra el exportar, se hace necesario reconsiderar la estrategia que apunta a una reactivación de estas empresas por medio de la exportación, exclusivamente.

Conclusiones

Llegados a este punto, resulta innegable la importancia para el desarrollo local derivada de la producción artesanal. De manera cuantitativa, tendríamos que minimamente 883 personas estarían involucradas directamente en la producción artesanal (8% de la población del municipio), fundamentalmente pertenecientes a la población urbana. Con diversos grados de calificación, esta población estaría formando una masa crítica de artesanos que constituye un capital humano tangible de la ciudad de La Palma. La mayoría son trabajadores remunerados (53%), existiendo una clara predominancia femenina (60%). Le siguen los trabajadores a domicilio (34%), los cuales juegan un papel fundamental y de complemento de la planta de trabajadores. Tanto, el trabajo familiar como los aprendices tienen importancia marginal a nivel global, pero resultan fundamentales en la racionalidad de reducción de costos de las microempresas. Ahora bien, si adoptamos la hipótesis que por cada trabajador involucrado, existen al menos 3 personas relacionadas y que dependen en diferente grado de ellas, tenemos que 2,649 personas dependen de la actividad artesanal de la Palma (el 25% de la población del municipio).

Lo anterior, sin tomar en cuenta la diversidad socio económica que la actividad genera a nivel global, incluyendo las redes de comercio con proveedores y clientes, los intermediarios y sus familias que comercializan los productos, entre otros. El número de los cuales harían incrementar en

mayor medida la población relacionada con la actividad artesanal.

Asimismo, habría que reconocer la elevada resistencia de los talleres artesanales, los cuales a pesar de todas las dificultades y de un mínimo apoyo gubernamental han ido evolucionando y ganado un reconocimiento a nivel nacional e internacional. Su sencilla existencia nos deja una serie de lecciones, que sin fines de presentarlas en forma detallada podemos apuntar:

1. Un elemento que sobresale en el caso en estudio, se refiere a la conformación de un espacio de aprendizaje dinámico, el cual se desarrolló conformando una institución que, sin embargo, no nació con este propósito (cooperativa Semilla de Dios). Esto nos enseña que para la creación de procesos de aprendizaje alrededor de una actividad productiva, basta con un grupo inicial altamente innovador (el pintor Fernando Llort y sus colegas más cercanos), el cual sirve de reproductor de experiencias y escuela de aprendizaje.
2. Sin embargo, la semilla inicial se trunca en su desarrollo al no verse acompañada de procesos de institucionalización (restricciones Casa de la Cultura y Sistema Educativo Básico, ausencia de Escuela de aprendizaje artístico y de artesanías) y de acompañamiento de las autoridades locales, que permitiera crear un entorno promocional de las empresas nacientes. Surgen inmediatamente las contradicciones, ya sea como falta de innovación artísticas (difusión de la copia, falta de pintores artesanos, etc.) o como limitantes en los servicios financieros y crediticios de los talleres, o de servicios tecnológicos. Esta última limitante sobresale en el futuro de los talleres como una de la más fuertes, debido a las restricciones de la maquinaria actual-

mente en uso y lo simple de la tecnología (que entre otras cosas sólo permite cortes transversales y planos, y donde extraña la ausencia de objetos redondos o de madera tallada a mano).

3. Otra lección aprendida se refiere a las dificultades en el área de la comercialización y el desconocimiento de las características del mercado de artesanías de parte de la mayoría de talleres y artesanos. La mayoría de éstos, no posee información adecuada sobre los mercados y los precios, y más aún carecen de la capacidad de procesamiento de esa información, lo cual les limita el aprovechar las ventajas existentes en el mercado. Además, las empresas no cuentan con canales de intercambio de comunicación entre ellas, debido a su bajo nivel de asociatividad y gremialización. Información logística que es particularmente desfavorable para la microempresa de acumulación ampliada y la pequeña empresa dinámica. De todos es sabido que el acceso a la información sobre las condiciones del mercado y precios de los productos, permite la asignación adecuada de los recursos; información tanto de los proveedores, fuentes tecnológicas, competidores, capacitación, clientes, etc.
4. Asimismo, se hace necesario consolidar una estrategia de comercialización que defina una marca de procedencia, que permita, además de lo dicho anteriormente, garantizar al consumidor la calidad del producto, dándole economías de esfuerzo de búsqueda (haciendo que el consumidor pierda menos tiempo en la búsqueda, evaluación y decisión del producto que desea) y permitiéndole el reconocimiento inmediato del producto artesanal.

También se vuelve urgente la creación de

una asociación de artesanos con funciones de comercialización, que establezca contactos directos entre clientes y productores, ofrezca capacitación de normas de exportación y servicios logísticos y de información por INTERNET. En este punto, habría que aprovechar las potencialidades de la actividad turística, ya sea por sus formas de inducción creativa al presionar a los artesanos a mejorar sus diseños, así como por conformar canales de comercialización al motivar a los turistas que los llevan a sus países de origen. Asimismo, se pueden utilizar los espacios ofrecidos por las ferias nacionales e internacionales de artesanías y las misiones consulares.

5. Finalmente, se hace necesario abordar el papel del Gobierno Central en el caso de las artesanías de La Palma. Este ha sido mínimo, tanto en lo que se refiere a protección de los talleres artesanales de la competencia desleal, así como el de estímulo a su desarrollo. Existe una exclusión sistemática de los talleres artesanales del manejo de la política económica, especialmente de la política comercial, del tipo de cambio, de la tasa de interés y de la política financiera. De esta manera la política de apertura externa, así como más recientemente la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con México (país con tradición artesanal reconocida), no ha tomado en cuenta sus posibles consecuencias en la producción y competitividad de los talleres artesanales del país a nivel general y de La Palma en forma particular.

La carencia mencionada anteriormente se reproduce a nivel local. El rol jugado por los gobiernos municipales en el desarrollo de las artesanías en La Palma, ha sido mínimo. Los distintos gobiernos municipales de la ciudad no han logrado intermediar y coordinar ni la formación

de infraestructura mínima de apoyo a las artesanías (mercado local de artesanías, ferias sistemáticas de exposición, casa de artesanías de La Palma, etc), así como tampoco han logrado presionar mejores condiciones para los artesanos locales, ya sea en relación a asistencia financiera, capacitación técnica, educación, etc.

De muchas maneras, el dinamismo de las artesanías de La Palma nos demuestra que el aprendizaje es una variable mucho más importante de lo que se piensa en el ámbito económico. Sólo que éste debe ir acompañado de procesos de apoyo institucional

(tanto del gobierno local y de las autoridades centrales), que le permita a la micro y pequeña empresa artesanal superar las imperfecciones del mercado nacional. Un grupo pequeño y altamente innovador, que satisfaga las necesidades sentidas de su población con una solución creativa y eficaz, es suficiente para crear sinergias de desarrollo. Dinamismo que, sin embargo, necesita de un entorno de promoción empresarial y de condiciones de apoyo mínimo de parte de los gobiernos municipales y centrales. En el caso de La Palma, los artesanos ya han realizado su esfuerzo, falta por tanto, el de aquellos.

Notas

- 1 El presente artículo se basa en el trabajo de investigación sobre las Artesanías de La Palma, el cual constituye el primer caso de estudio sobre el proyecto "Empresa Privada, Concertación y Desarrollo Local", llevado a cabo por FUNDE y DIAKONIA. Actualmente se encuentra en su fase final el estudio sobre las artesanías en Nahuizalco, al que le seguirá uno sobre Ilobasco, dejando para el final un análisis comparativo de todos ellos, así como una conceptualización y tipificación teórica sobre las divergencias entre el deber ser y la realidad de ser artesano en la actualidad.
- 2 Popol - Vuh. Las antiguas historias del Quiche. Traducción del texto original con una introducción y notas por Adrian Recinos. Fondo de Cultura Económica, 3ª edición, México, 1953, pág.115.
- 3 Datos de Censo Poblacional, 1992, tomo Chalatenango, DIGESTYC.
- 4 Se encuestó a una muestra representativa que abarcaba 50 talleres artesanales (el 70% del universo poblacional), a finales de agosto de 2000, cuya información fue procesada por SPSS (V.8.0) y que sirve de base a todas las aseveraciones que siguen a continuación. Asimismo, se realizaron entrevistas dirigidas a 18 personas seleccionadas por sus papeles relevantes con respecto al tema que nos interesa.
- 5 En este trabajo, a pesar que se parte de la definición y de la subdivisión de microempresas del Libro Blanco, los criterios concretos de clasificación se modifican tratando de lograr una mayor adecuación de éstos al objeto que se quiere medir. Este hecho nos recuerda la necesidad de construir una tipología válida de las artesanías a nivel nacional.
- 6 Esta clasificación de pequeña empresa, a pesar que fue realizada para las firmas industriales, es posible su utilización para el caso que nos compete. En esta parte nos hemos basado en: Bell, M. and Pavitt, K.: "Accumulating Technological Capability in Development Countries" in Proceedings of the World Bank Annual Conference on Development Economics, W.B., Washington D.C., 1992.
- 7 Sólo el corte y preparado de la madera, que sirve de insumo

a otros para finalizar el proceso. Este fenómeno lo veremos en detalle más adelante.

- 8 Presentamos en el recuadro una explicación del estilo desarrollado en La Palma que, a pesar de tener claras influencias del pintor Fernando Llorca, ha evolucionado con características propias.
- 9 No conformándose como marca oficial de procedencia o de garantía, la cual es la marca adoptada por algunas regiones para evidenciar el lugar de origen de los productos, garantizando la calidad de los productos. Esto es el caso del Champagne, marca para los vinos espumosos producidos en la zona de Champagne, Francia, o el del vino Rioja, en España, etc.
- 10 El valor de marca empíricamente se calcula multiplicando el número de compradores potenciales (que no lo adquirirían si no fuera de este origen) por la utilidad promedio de ventas. Para una mayor extensión, ver Arellano, Rolando: Marketing, Enfoque América Latina, McGraw Hill, México 1999.
- 11 Recordemos que una marca es el elemento de diferenciación del producto frente a sus competidores, siendo ésta un nombre, un sonido, un diseño, un símbolo o toda una combinación de estos elementos, que sirven para identificar los bienes y servicios de una empresa y lo diferencian de sus competidores más cercanos. Arellano, R., opus cit, 1999, pág. 197.
- 12 Fenómeno que, dicho sea de paso, es generalizable a nivel nacional. Según un estudio, sólo el 30% de los artesanos a nivel nacional han recibido cursos de capacitación técnica. Monitor Company: Del conocimiento a la acción. Sesión de estrategias del cluster de artesanías. Cámara de Comercio, S.S., 1997.
- 13 Estos se refieren a los servicios financieros, crediticios y de contabilidad. Por su parte, los servicios técnicos y tecnológicos no existen, al igual que los servicios de consultoría y de publicidad, por eso no se mencionan en este apartado. Para una clasificación, ver: Stanback: Services, The new economy, Montclair, Allanheld, Osmun and Co., 1982, (pág.32).
- 14 Libro Blanco, opus cit, pág. 4.