

# MEJOR CERCANOS QUE LEJANOS

Juan Pablo Pérez Sáinz



FLHSG







**MEJOR CERCANOS QUE LEJANOS**  
**Globalización, autogeneración**  
**de empleo y territorialidad en Centroamérica**



**JUAN PABLO PÉREZ SÁINZ**

**Con la colaboración de:**

**Maribel Carrera Guerra**

**Katherine Eekhoff-Andrade**

**Elba López Maradiaga**

**Edith Olivares Ferreto**

**Cecilia Sánchez-Lam**

**MEJOR CERCANOS QUE LEJANOS**

**Globalización, autogeneración**

**de empleo y territorialidad en Centroamérica**

331.125

**P43Xm** Pérez Sáinz, Juan Pablo

Mejor cercanos que lejanos: globalización, autogeneración de empleo y territorialidad en Centroamérica / Juan Pablo Pérez Sáinz. - 1a. ed. - San José, C. R. : FLACSO, 1999.

196 p.; 21 x 14 cm.

ISBN 9977-68-106-6

1. Globalización - Costa Rica. 2. Creación de empleos. 3. Productividad del trabajo. 4. Política laboral. I. Título

Fotografía de la portada:

"Detalle de huívil de Comalapa". Chimaltenango. Guatemala.

C. Sojo 1999.

Producción editorial

Mercedes Flores Rojas

© Sede Costa Rica-FLACSO

Primera edición: Julio, 1999

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-FLACSO  
Sede Costa Rica. Apartado 11747. San José. Costa Rica.

## INTRODUCCIÓN

La crisis de los 80 constituyó el momento propicio para reivindicar la problemática de la informalidad. Causas, de distinta índole, explican por qué se pudo dar esa reivindicación: la persistencia del fenómeno informal a lo largo de las décadas de modernización; su expansión en los 80 como principal mecanismo de ajuste de los mercados laborales; la estrecha asociación entre pobreza e informalidad; la importancia de los informales como población electoral en los procesos de democratización que se generalizaban en esos años en la región; el creciente papel de la espacialidad en los conflictos sociales de las urbes; y, la superación de la percepción estigmatizante del fenómeno que se tenía en términos de marginalidad (Tokman, 1987). En esos momentos de crisis, y por tanto de desorientación, el fenómeno informal fue percibido, básicamente, en términos positivos. En este sentido, la microempresa fue erigida como el elemento emblemático de la informalidad enfatizándose así su pequeño tamaño, susceptible de adaptabilidad a los cambios del entorno económico, y su orientación empresarial. Más aún, se llegó a pensar que la informalidad, y en concreto la microempresa, constituían la piedra angular de un nuevo modelo de crecimiento.'

El tiempo puso las cosas en su lugar. Por un lado, la informalidad, como siempre lo había sido, se mostró heterogénea. Así, junto a las

1. Obviamente, detrás de estas ideas se encuentra la propuesta, muy influyente en aquel entonces, de Hernando de Soto. Pero, no hay que olvidar las falacias metodológicas de este planteamiento. Al respecto, véase Pérez Sáinz (1991).

microempresas dinámicas con racionalidades (proto)empresariales, la mayoría de los establecimientos se mostraban con lógicas orientadas hacia la reproducción simple y jugando un mero papel de subsistencia para sus propietarios.<sup>2</sup> Y, por otro lado, la salida a la crisis se ha llevado a cabo a través de programas de ajuste estructural que han inducido un nuevo modelo económico donde el énfasis del crecimiento se ha orientado desde dentro (mercado nacional) hacia fuera (exportaciones) (Bulmer-Thomas, 1997). En el eje acumulativo emergente, materializado en un sector de transables nuevos, si bien la microempresa no está ausente, tampoco se puede afirmar que tiene el papel protagonista. En este sentido, ya a mediados de los 90 se había perdido la euforia que suscitó la microempresa. Esto ha supuesto que estamos ante un nuevo momento donde las reflexiones sobre este fenómeno se pueden hacer en términos más serenos y, por tanto, con mayor correspondencia con la realidad.

En este nuevo clima, se han publicado, recientemente en Centroamérica, varios textos sobre la microempresa.<sup>3</sup> Uno primero es el que ha procurado indagar sobre los servicios financieros para los establecimientos informales, intentando enfatizar sus consecuencias en términos de equidad (Domenech *et al.*), 1998). Este estudio se ha propuesto un triple objetivo: describir valorativamente el acceso de las microempresas a los servicios financieros; analizar tal relación; y proponer medidas para que los mecanismos crediticios favorezcan a las microempresas en las condiciones de globalización sin menoscabo de la equidad. Entre los principales hallazgos de este estudio cabe resaltar los siguientes. Primero, son las entidades financieras y las organizaciones para el desarrollo las que han mostrado mayor dinamismo y potencial en términos de procesos de especialización financiera; no se puede afirmar lo mismo de cooperativas u organizaciones de microempresarios. Segundo, bancos comunales, grupos solidarios y crédito individual a base de la capacidad de pago del prestatario,

2. EnelcasodeCentroamérica. R.ACSO mostró esa heterogeneidad en sendos estudios regionales (Pérez Sáinz y Menpvar Larín. 1991; Memivar Larín y Pérez Sáinz 1993).

3. Además de los tres que se comentan a continuación, se quiere destacar el realizado por Parnlli (1998), sobre la micro y pequeña industria del mueble en cinco ciudades nicaragüenses, por su enfoque en términos de "cluster".

parecerían ser los mecanismos que favorecían más la equidad. Tercero, se ha detectado alta concentración de la cartera, en unas pocas instituciones, y con cobertura poco significativa. Cuarto, existe muy poca interacción interinstitucional. Y, finalmente, la gran parte de los recursos proviene de la cooperación internacional y de organismos multilaterales de crédito. Estos hallazgos han llevado a que los autores planteen varias líneas de acción: fortalecer los sistemas que promuevan la competitividad; propiciar el desarrollo de las instituciones líderes; incentivar las innovaciones en los servicios financieros; involucrar más al Estado; y, desarrollar el mercado de servicios para este tipo de entidades.

Pero, en términos analíticos, la principal contribución de este trabajo nos parece que remite a las relaciones entre crédito y competitividad de las microempresas en distintos escenarios. Estos se definen a partir de dos criterios básicos: racionalidad del(de la) microempresario(a) hacia la acumulación de capital y la inserción en el mercado (favorable o desfavorable sea en mercado de transables o no transables). Se identifican cuatro posibles escenarios y, al respecto, los autores concluyen que:

"....para las **ME**<sup>4</sup> que operan en los mercados de transables el crédito no tiene por sí sólo un gran efecto en la competitividad, pero que sin él la permanencia en el mercado se torna más difícil; en tanto que para las ME que actúan en los mercados de no transables y tienen una débil inserción préstamos de pequeña magnitud pueden producir efectos importantes y elevar fuertemente la competitividad; para las ME que tienen una mejor inserción en los mercados de no transables contar con una fuente regular de acceso al crédito que puedan usar en el momento oportuno, es la base necesaria para incrementar su competitividad" (Domenech *et al.*, 1998: 78-79).

El Comité Coordinador de Empresarios de la Microempresa de la Región Central de América (COCEMI) ha llevado a cabo un estudio de simulación del comportamiento de la pequeña empresa ante las tendencias macroeconómicas en seis países del Istmo (los cinco

4. Microempresa según sigla utilizada por los autores.

centroamericanos y Panamá) durante la presente década (Esquivel, 1998). El análisis del entorno económico se hace a base de tres aspectos: evolución de los mercados nacional e internacional; situación financiera; y comportamiento de los precios. El ejercicio de simulación consiste en ver, en cada uno de las seis realidades nacionales, cómo esas tendencias macroeconómicas reales afectarían dos modelos ideales de pequeña empresa: uno orientado hacia el mercado interno y el otro hacia la exportación.<sup>5</sup> Los resultados de la simulación muestran que la situación más recurrente es la de un deterioro de la empresa pequeña que vende sus bienes y servicios en el mercado interno mientras su homónima, orientada hacia la exportación, logra mejoras en su rentabilidad. Este sería el caso de Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. La situación inversa acaece en El Salvador, y Guatemala parece representar el peor de los mundos posibles para este tipo de establecimiento ya que ambos modelos de pequeña empresa se habrían visto afectados por la evolución macroeconómica de ese país.

El tercer estudio que queremos considerar es el de Briones (1998) sobre la microempresa manufacturera en El Salvador que es el que además tiene mayor alcance analítico y propositivo en términos de políticas. Las virtudes de este texto son tres y merecen la pena ser explicitadas.

En primer lugar, representa un lúcido diagnóstico de la situación de la microempresa industrial salvadoreña identificando claramente sus problemas.<sup>6</sup> Estos apuntan, por un lado, al entorno económico ya que este tipo de establecimientos confronta falta de estímulos puesto que están insertos en mercados saturados, donde la demanda es poco exigente en términos de calidad, y los canales de distribución muy limitados. Esto conlleva que estos mercados se caractericen por ser "nichos geográficos" espurios. Y, por otro lado, las microempresas tienen muy poca capacidad endógena para generar ventajas competitivas. Ello se refleja, fundamentalmente, en la poca acumulación de capital humano donde la experiencia laboral es más impor-

5. Además, el texto aborda, en una segunda parte, el desarrollo de negociaciones sobre el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).
6. El análisis se hace a partir de los datos de una encuesta de establecimientos en el Área Metropolitana de San Salvador.

tante que la formación educativa. El predominio del primer componente suele suponer la presencia de mentalidades orientadas hacia la costumbre y la seguridad y, por tanto, poco proclives al cambio y a la innovación.

Segundo, este análisis de la realidad salvadoreña se hace tomando en cuenta la heterogeneidad de la microempresa. En este sentido el autor hace una interesante propuesta de segmentación que conlleva una doble tipología de establecimientos. La primera tiene que ver con el nivel de acumulación respecto al cual el autor utiliza el monto del ingreso respecto a salario promedio de la correspondiente rama de actividad. La propuesta es considerar cuatro niveles de microempresa: de acumulación normal; de acumulación restringida; de reproducción simple; y de reproducción deficiente.<sup>7</sup> La segunda tipología remite a la racionalidad socio-económica del(de la) productor(a) respecto a la cual Briones diferencia entre actitudes empresariales y mercantiles-tradicionales. Privilegiando la disposición a la capacitación, tanto del(de la) propio(a) dueño(a) como de sus trabajadores, se propone cuatro tipos de microempresario(a): marginal-sobreviviente; tradicional; moderno; y, moderno-innovador. La importancia analítica de estas tipologías es que sirven para interpretar distintas dimensiones, que afectan el desenvolvimiento de estos establecimientos, en términos de su heterogeneidad para identificar así mejor los obstáculos y, sobre todo, las potencialidades.

Y, por último, el estudio concluye con una ambiciosa propuesta de acción. Los elementos básicos de esta serían tres. Primero, se necesitaría la configuración de una red institucional de apoyo y fomento del sector que posibilite el surgimiento de elementos catalizadores para el desarrollo de las microempresas. Segundo, también emerge como una necesidad el diseño e implementación de programas que, promoviendo la modernización organizacional, la reconversión productiva y una mayor integración a las estructuras empresariales, desarrollen las ventajas competitivas de este tipo de establecimiento. Y, finalmente,

"... para facilitar un apoyo descentralizado pero con responsabilidades e incentivos claramente identificables y para poder per-

7. Como se explicitará en el capítulo primero, utilizaremos este criterio para construir una tipología de establecimientos.

mitir evaluaciones del impacto de las medidas desarrolladas, se hace necesario que la red institucional se jerarquice en niveles e intermediarios, de manera que se puedan estimular el surgimiento de diversas redes de competitividad vinculadas directa o indirectamente a las cadenas de valor de las microempresas, así como también mercados de servicios especializados en los cuales los microempresarios puedan contratar algunas de las actividades específicas de sus cadenas de valor, que por razones de hecho o conveniencia, no deben ser interiorizadas en las microempresas" (Briones, 1988: 121).

Estos tres trabajos comparten una premisa analítica común de gran importancia: su óptica sectorial de la microempresa y del fenómeno de la informalidad en términos más generales. Si bien esta perspectiva resulta, en primera instancia, adecuada, nos parece que, crecientemente, está resultando ser insuficiente. La noción de sector implica un ordenamiento de la economía y la sociedad en términos de desarrollo con pretensiones y/o alcances nacionales. Pero, en la actualidad, la globalización creciente que afecta a todas las latitudes del planeta, y a la que no escapa Centroamérica, ha cuestionado seriamente esta naturaleza nacional del desarrollo. Con ello no queremos decir que las economías nacionales estén en vías de desaparición, pero sí se ven cuestionadas con la emergencia de nuevos ejes acumulativos cuya lógica se fundamenta en su inserción en la nueva economía globalizada. Es decir, globalización es, en gran parte, sinónimo de desnacionalización. Si esta sinonimia resulta cierta, se debe concluir que una óptica sectorial de los fenómenos es insuficiente. Esta insuficiencia puede ser paliada, a nuestro entender, si se complementa con una perspectiva territorial que enfatice lo local. En efecto, una de las grandes paradojas de la globalización es que este proceso no ha impuesto efectos homogeneizadores en todas las latitudes del planeta. Más bien lo que se detecta es una revitalización de las especificidades locales. Es, justamente, esta revitalización de lo local y de sus respectivas territorialidades lo que se quiere resaltar en el presente estudio.

Reivindicar lo local tiene consecuencias metodológicas importantes para las problemáticas que nos compete. Primero, el estable-

cimiento económico con su actividad respectiva deja de ser la unidad de análisis única. Segundo, como corolario de lo anterior, se relativiza el término microempresa y toma relevancia el de aglomeración de establecimientos. Y tercero, este último término, a su vez, conlleva una doble consecuencia analítica. Por un lado, implica una delimitación territorial de universos de estudio; o sea, la aglomeración está delimitada por una territorialidad históricamente constituida. Y, por otro lado, supone que lo importante no es el análisis del establecimiento "per se" sino su interrelación con otros establecimientos de la aglomeración y los entornos, de distintos tipos que la definen. Pero, además de estas consecuencias de orden analítico, el enfoque territorial tiene otra consecuencia fundamental en términos de acción: se está apostando por el desarrollo local como un contexto donde se pueden mejor minimizar las restricciones impuestas por la globalización y maximizar las oportunidades que ofrece.

El presente texto asume estas premisas analíticas y, sin desdeñar una óptica sectorial, quiere enfatizar la perspectiva territorial. En este sentido el objeto de estudio no es la microempresa, como tal, sino la aglomeración de cierto tipo de establecimientos, entre ellos la microempresa (en sus múltiples acepciones operativas). Al respecto es necesario aclarar de qué tipo de establecimientos estamos hablando. Hemos iniciado este texto mencionando la problemática de la informalidad porque pensamos que es la cuestión analítica en la que se debe enmarcar la microempresa si no se quiere que esta se convierta en una categoría operativa autonomizada sin marco conceptual de referencia. Como es bien sabido, la informalidad ha sido una de las cuestiones más debatidas, durante la década pasada, en América Latina. En otros trabajos hemos intentado precisar nuestra postura pero, entre las dos grandes corrientes interpretativas (la del ya desaparecido Programa Regional de Empleo para América Latina y el Caribe y la regulacionista), nos hemos sentido más próximos a la primera. Siguiendo esta propuesta, inscrita dentro del pensamiento latinoamericano sobre desarrollo, pensamos que el fenómeno informal remite a una de las lógicas básicas que estructuran todo mercado de trabajo: la autogeneración de empleo.<sup>8</sup> La materialización histórica

8. Las otras dos serían las de la dependencia salarial (la lógica, por excelencia, de mercantihización de la fuerza de trabajo) y la de exclusión que se expresa no sólo

de esta lógica en el período del desarrollo latinoamericano caracterizado, "grosso modo", por la industrialización sustitutiva de importaciones sería la informalidad. Pero esta óptica, que reivindica la historicidad propia de los conceptos, plantea un problema en la actualidad en tanto que ese período ha sido superado y nos encontraríamos en otro momento. Es decir, se abre el interrogante acerca de si el concepto de informalidad sigue teniendo pertinencia. Provisionalmente, hemos optado por una solución de compromiso y, en otros trabajos, hemos hablado de neoinformalidad (Pérez Sáinz, 1995, 1996, 1998b). Pero, probablemente, deberíamos atrevernos a admitir la obsolescencia de este concepto (Pérez Sáinz, 1998a) y hablar ya de "post-informalidad" a pesar de que este prefijo no ha tenido siempre un uso afortunado.

Las reflexiones de estos últimos párrafos justifican los términos "territorialidad" y "autogeneración de empleo" del subtítulo del presente texto. Pero hay un tercero presente: el de globalización. Intencionalmente, no vamos a explicitar cuál es nuestra comprensión de este fenómeno. Entrar en ello supone remitirse a la casi interminable producción existente, donde hay posiciones para todos los gustos. Producción, que es importante no olvidar, ha tenido como referente las realidades del Norte y, por tanto, su uso indiscriminado conlleva el peligro de cierto "norcentrismo" interpretativo. Pero diciendo esto no estamos rechazando la necesidad de marcos conceptuales y, al respecto, pensamos necesario hacer una par de precisiones sobre el término de globalización para los objetivos analíticos de este trabajo.

Primeramente, nos parece que la cuestión central, para realidades como las latinoamericanas y -por tanto- para las centroamericanas, es el cuestionamiento de la centralidad del Estado-nación que está induciendo el proceso globalizador. Esto supone dos cosas. Por un lado, el Estado deja de ser el actor primordial y el referente básico de la acción social por lo que esta adquiere nuevas caras y dinámicas que habrá que empezar a dilucidar. Y, por otro lado, lo nacional también deja de ser la arena social ("imaginaria") principal y se puede hablar más bien de una fragmentación de tal arena. Al respecto

en el desempleo (y sus múltiples formas) sino también en el subempleo.

emerge la importancia de lo local que ya hemos mencionado y que es clave para la óptica territorial que se postula. Y segundo, se puede decir que la nueva lógica de acumulación viene signada por la "transabilidad", o sea por la viabilidad de intercambiar en la nueva economía global. Se trata de algo más que vender en el mercado mundial como se hacía con las exportaciones tradicionales. Se está ante un nuevo contexto donde, entre otras cosas, la competencia no se hace simplemente en términos de precios y donde el manejo del espacio y del tiempo ha sufrido transformaciones radicales. Además, hay que añadir que la "transabilidad" no solo afecta a las exportaciones sino también a la producción doméstica ante la apertura de las economías. Esta se ve expuesta a la competencia de importaciones y por tanto a los desafíos de la globalización.

A partir de este par de precisiones, en el presente trabajo queremos manejar la noción de escenarios de globalización entendiendo por este término la existencia de un eje acumulativo, donde se generan bienes y/o servicios transables, con una territorialidad que no tiene dimensión ni proyección nacional. En concreto, para el caso centroamericano se pueden identificar tres escenarios de este tipo que articulan a la región con el proceso globalizador: las nuevas agroexportaciones, la industria de la maquila y el turismo. En los dos últimos encontramos casos de aglomeraciones de establecimientos donde la lógica de la autogeneración de empleo es central. Al respecto se han identificado tres tipos de situaciones de este género que, en el resto del estudio, también denominaremos escenarios: el turismo internacional; la subcontratación con firmas exportadoras; y la artesanía orientada hacia la exportación y/o al turismo extranjero. Dos aclaraciones al respecto. Primero, las aglomeraciones son siempre heterogéneas y, por tanto, se encontrarán distintos tipos de establecimientos, pero la selección ha privilegiado, como se ha mencionado, la primacía de lógicas de autogeneración de empleo. Es decir, va a existir un predominio de establecimientos considerados, tradicionalmente, como informales. Y segundo, es la aglomeración, en su conjunto, la que se encuentra inserta en el proceso globalizador. Pero

9. Hay otro escenario, fundamental para Centroamérica, de inserción al proceso globalizador, pero que no remite a dinámicas acumulativas. Nos referimos al fenómeno de la migración laboral internacional.

esta inserción puede mostrar modalidades y grados distintos al interior de la aglomeración.

Dentro de cada uno de estos tres escenarios se han identificado dos universos de estudio que se piensa pueden cubrir el espectro de situaciones. Por un lado, se ha considerado un universo donde se supone que los establecimientos, fruto de la autogeneración de empleo, tendrían un papel protagónico y, por tanto, se caracterizarían por su dinamismo. Mientras, por otro lado, se han identificado universos donde tales establecimientos se encuentran en una posición relegada o subordinada y se espera que se orienten por lógicas de subsistencia. O sea, se trata de contrastar contextos favorables con desfavorables al desarrollo de este tipo de establecimientos. Así, en el caso del turismo los universos se ubican en Costa Rica, el país centroamericano donde esta actividad ha alcanzado mayor desarrollo. La Fortuna y Monteverde han sido los lugares seleccionados para el universo donde la autogeneración de empleo juega un papel central mientras que la propia capital, San José, ha sido el caso opuesto por la presencia preponderante de grandes empresas turísticas, especialmente hoteleras. En cuanto al escenario de subcontratación, el contraste viene dado entre tres comunidades (Quebrada Seca, La Jutosa y Davis) rurales del municipio de Choloma, en el Valle del Sula de Honduras, caracterizadas por la existencia de trabajo domiciliario para una empresa exportadora, y San Pedro Sacatepéquez. Esta última población es una comunidad kakchiquel, situada a pocos kilómetros de Ciudad de Guatemala, y que desde fines los años 80 se ha convertido en el principal centro de la subcontratación de la maquila textil ubicada en la capital. Finalmente, La Palma, en El Salvador, y San Juan de Comalapa, en Guatemala, son los universos a comparar para el tercer escenario. La comunidad salvadoreña, con una actividad artesanal de poca data, ha logrado erigir sus diseños en los emblemáticos de la artesanía del país cuscatleco. Por su parte, Comalapa representa una de las múltiples comunidades indígenas del Altiplano guatemalteco donde la actividad del tejer es ancestral. En esta selección ha jugado también un papel fundamental la existencia de estudios exploratorios previos sobre algunos de estos universos."<sup>10</sup>

10. Así, en San Pedro Sacatepéquez se llevó a cabo un estudio exploratorio de casos a inicios de los 90 (Pérez Sáinz y Leal. 1992). Posteriormente, se analizó el caso

En los seis universos se ha pasado una encuesta de establecimientos con ciertos módulos comunes y otros específicos a cada escenario." Esta información de orden cuantitativo ha sido complementada con otra de tipo cualitativo, a base de informantes claves, que procura caracterizar los entornos en los cuales se desenvuelve la microempresa.

Sabemos que pueden haber objeciones a dos de estos universos. El primero sería el caso de San José ya que su dinámica responde más bien a criterios sectoriales que territoriales y, por tanto, se estaría traicionando el énfasis territorial que se quiere dar a este estudio. Esta objeción es válida y en descargo solo se puede argumentar la imposibilidad de encontrar un universo donde, ante la presencia protagónica de la gran empresa (por ejemplo, de un gran complejo hotelero), existiera una aglomeración, con dimensión mínima, de pequeños establecimientos. El segundo caso es el universo hondureño de subcontratación. Se puede argumentar, y con razón como se verá al presentar la génesis de este universo, que este no ha respondido, fundamentalmente, a una lógica de autogeneración de empleo sino más bien de dependencia salarial aunque encubierta. No obstante, este argumento se puede relativizar. Primero, apenas hay análisis sobre subcontratación en la región que hayan permitido identificar universos de estudio. Segundo, estas comunidades presentan un caso extremo que permite profundizar el conocimiento del fenómeno de la subcontratación y sus efectos. Y tercero, los elementos de autogeneración de empleo no están ausentes. De hecho, lo que se está es ante un sujeto laboral híbrido cruzado por las lógicas de la dependencia

de Puente Alto, comunidad hondureña ubicada también en el municipio de Choloma y con mujeres subcontratadas domiciliariamente como Quebrada Seca. La Jutosa y Davis (Pérez Sáinz, 1996). En Comalapa se realizó también un estudio pero que contempló no solo la cabecera municipal sino también aldeas rurales (Pérez Sáinz, 1997). Y los datos que se utilizan respecto de La Palma provienen de un estudio reciente sobre desarrollo de la artesanía en El Salvador (Pérez Sáinz y Eekhoff-Andrade, 1998).

11. En ninguno de estos universos existía algún tipo de registro de la totalidad de los establecimientos. Esto ha supuesto que la identificación de unidades muestrales se hizo, de manera directa y paulatina, sobre el propio terreno. En este sentido, se puede cuestionar la aleatoriedad de la selección, pero el peso enorme de la muestra, respecto al tamaño del correspondiente universo, limita las dudas sobre la representatividad de los resultados.

salarial y de la autogeneración de empleo. El estudio previo, realizado en Puente Alto, mostró percepciones de las propias trabajadoras que se consideraban entre el "cuentapropismo" y la "salarización". Por consiguiente, las ventajas de su inclusión son mayores que sus desventajas.

Además de esta introducción, el presente texto contiene cinco capítulos. El primero es de orden teórico y esboza el marco analítico de los escenarios en términos del fenómeno de la neoinformalidad, que además sirve para formular las hipótesis que guían este estudio. Los tres capítulos siguientes están referidos a cada uno de los escenarios y tienen la misma lógica comparando los universos, propios a cada escenario, en términos de factores socio-demográficos, referidos al (a la) dueño(a) del establecimiento, a características básicas de las unidades económicas y a los distintos tipos de entornos (institucional, socio-cultural y organizativo). El último capítulo tiene una doble finalidad. Por un lado, ofrece una perspectiva comparada de escenarios para lograr una reflexión de síntesis y, por otro lado, formula una serie de ideas sobre modelos de intervención respecto a la autogeneración de empleo en el contexto de la globalización, buscando que esta aproveche las nuevas oportunidades que se ofrecen.

Respecto de esto último es importante aclarar que un texto como el presente no tiene pretensión alguna de diseñar estrategias. Esta función corresponde a las personas que están involucradas en la acción que es la fuente última de conocimiento para formular políticas. Lo que este tipo de análisis, de corte académico, puede proveer es la identificación de ideas básicas para la intervención que guíen la formulación de políticas. Es decir, el objetivo es más bien incidir en el sentido común, respecto al tema de la autogeneración de empleo en un contexto de globalización, de las personas que diseñan la acción. En este sentido, se va a intentar proyectar tres ideas básicas a lo largo de este estudio. Primero, la óptica sectorial de las políticas debe ser complementada con una perspectiva territorial que la globalización ha puesto en un primer plano. Segundo, como consecuencia de ello, se debe dar prioridad, no los establecimientos como unidades aisladas entre sí, sino su interrelación en aglomeraciones territoriales; o sea, las redes de establecimientos definidas espacialmente. Y, por último, como corolario de lo anterior, el desarrollo local puede erigirse en

una de las principales arenas para la promoción y consolidación de la autogeneración del empleo.

Un primer borrador de este documento fue discutido en un taller donde participaron personas tanto del mundo académico como de instituciones involucradas en la acción. En este evento estuvieron presentes las siguientes personas: Ricardo Alvarado, INPYME, Nicaragua; Jorge Arroyo, PROMICRO/OIT, Costa Rica; Geovanny Beluche, CANAMET, Costa Rica; Edgar Briceño, PRONAMYPE, Costa Rica; Carlos Briones, FLACSO, El Salvador; Maribel Carrera, investigadora del proyecto, Guatemala; Rafael Del Cid, ESA Consultores, Honduras; Ingrid Faulhaber, Fundación Ford, México; Miguel Ángel Figueroa, GTZ/PROMOCAP, Guatemala; Miriam García, FHS/PASI, Honduras; Mario López, Universidad Nacional Autónoma, Nicaragua; José Ernesto Manda, Fundación Génesis, El Salvador; Edith Olivares, investigadora del proyecto, Costa Rica y Juan Pablo Pérez Sáinz, coordinador del proyecto, Costa Rica. A todos ellos nuestro agradecimiento, con referencia especial a Carlos Briones y Jorge Arroyo que actuaron como comentaristas. Obviamente, ninguna de ellas, con la excepción de las personas involucradas en el proyecto, comparte responsabilidad con el autor por lo escrito.

La realización de este estudio ha sido posible, en primer lugar, gracias al financiamiento de la Fundación Ford, de su oficina regional en Ciudad de México. Al respecto debemos agradecer el interés y la sensibilidad por esta problemática mostrada por Ingrid Faulhaber. Como se ha podido apreciar en la contraportada, el autor ha contado con la colaboración de varias personas: Katherine Eekhoff-Andrade en el caso de La Palma, en El Salvador; Maribel Carrera para los universos guatemaltecos; Cecilia Sánchez-Lam y Elba López Maradiaga para el caso de subcontratación ubicado en Honduras; y Edith Olivares para los dos universos referidos al turismo. Todas ellas levantaron la información referida a la encuesta y elaboraron, a partir de las entrevistas en profundidad a informantes claves, monografías breves pero excelentes y muy pertinentes para contextualizar los datos cuantitativos. A Edith Olivares hay que reconocerle también su apoyo en el procesamiento de la información de la encuesta que fue impecable. A todas ellas nuestro mayor agradecimiento ya que sin su apoyo este texto no hubiera sido posible. Debemos un reconocimiento

especial a Carlos Briones, coordinador académico de FLACSO-El Salvador, ya que nos ha permitido utilizar los datos de la encuesta, referidos a La Palma, que fueron levantados en un estudio previo sobre artesanía en el país cuscatleco como ya se ha mencionado. Al respecto hay que mencionar que no solo el cuestionario de la encuesta sino también el marco analítico de esa investigación ha sido crucial para la presente. También hay que agradecer a las personas que han hecho posible el levantamiento de este texto: Patricia Lescouflair, Yamileth Villalobos y, especialmente, Mercedes Flores Rojas. Pero tampoco podemos olvidar la ayuda prestada por todos los informantes, propietarios(as) de establecimientos e informantes claves, por la paciencia mostrada y por haber suministrado la información requerida. Esperamos que este estudio, sugiriendo ideas sobre modelos de intervención que apuntan hacia el desarrollo de actividades autogeneradas en el contexto de la globalización, pueda retribuir de alguna manera su generosidad para con nosotros.

# I

## **AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO Y AGLOMERACIONES TERRITORIALES ALGUNAS PRECISIONES TEÓRICAS**

Como se acaba de mencionar en la introducción, este primer capítulo cumple una doble función analítica. Por un lado, quiere profundizar en las precisiones hechas sobre el fenómeno de la autogeneración de empleo en un contexto de globalización. En este sentido se quiere retomar la propuesta de neoinformalidad, y sus distintos escenarios, pero añadiendo la dimensión territorial que tiene gran importancia para el presente trabajo. Por otro lado, se quiere formular una serie de hipótesis que ayuden a guiar el análisis de los siguientes capítulos. Ambos objetivos se abordan en sendos apartados.

### GLOBALIZACIÓN Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO

Ya se ha señalado que, históricamente, todo mercado laboral se estructura en torno a tres lógicas básicas. La primera es la de la dependencia salarial y es la que expresa, de manera nítida e inequívoca, la naturaleza mercantil de este campo social ya que implica la compra y venta de la fuerza de trabajo. Es debido a esta lógica que se habla, justamente, de mercado laboral. La segunda lógica sería la de la exclusión y remite al hecho de que tal intercambio no se consuma y que, por tanto, la capacidad laboral y el fruto de su esfuerzo no son, socialmente, reconocidos por el mercado. Obviamente, el desempleo abierto es la expresión paradigmática, por excelencia, de

esta lógica. Pero, también el fenómeno del subempleo, de gran importancia en realidades como las centroamericanas, puede ser interpretado, parcialmente, desde esta lógica. Finalmente, hay que señalar que el trabajo no queda prisionero de la disyuntiva entre "salarización" y desempleo sino que también tiene la posibilidad de la autogeneración de empleo. Al respecto se puede argumentar que, en sentido estricto, este fenómeno sería ajeno al mercado de trabajo ya que no existe compra y venta de la capacidad laboral. Se puede contraargumentar que la persona involucrada se vende a sí misma tal capacidad. Pero una respuesta mucho más contundente sería que si el mercado de trabajo quiere ser una herramienta analítica pertinente debe poder captar la heterogeneidad de la estructura del empleo y, por tanto, incorporar un fenómeno que, en realidades como las centroamericanas, incluye proporciones significativas de la fuerza de trabajo y de las actividades económicas sancionadas por el mercado de bienes y servicios.

Estas lógicas adquieren expresiones históricas concretas y lo que nos interesa es esbozar su materialización para realidades como las centroamericanas, en el actual contexto de globalización.

La "salarización" tuvo, durante las décadas precedentes de modernización capitalista en América Latina, su expresión paradigmática en el empleo denominado formal. Un tipo de ocupación generado en grandes establecimientos privados e instituciones públicas y que también ha solido estar, en gran medida, regulado. Fue este tipo de empleo el que se vio cuestionado con la crisis de los 80 (PREALC, 1991; Thomas, 1997). Pero, más importante aunes señalar que esta tendencia hacia la pérdida de centralidad del empleo formal se ha mantenido en la postcrisis, durante los años 90, con la inserción en el proceso globalizador. Así, entre 1990 y 1996 el sector formal redujo su peso en el empleo no agrícola de 48.4% al 42.6% con pérdidas tanto de empleo público como del generado en las grandes empresas privadas (OIT, 1997b)."<sup>12</sup> Esta tendencia se constata para los dos únicos países de Centroamérica, Costa Rica y Honduras, para los cuales hay datos disponibles (OIT, 1997: cuadro 1-B).

12. Si las estadísticas laborales pudieran captar el empleo asalariado en el sector emergente de transables, que es distinto del formal, esta pérdida de centralidad sería aún más evidente.

Pero la pérdida de importancia del empleo formal no supone que la globalización está imponiendo, como tendencia, la "desalarización" de los mercados laborales latinoamericanos. En los nuevos ejes acumulativos, de actividades transables, se está generando empleo asalariado. Para Centroamérica el caso más evidente lo representa la nueva industrialización basada en el modelo de maquila.<sup>13</sup> Pero, al respecto, lo importante a enfatizar es que la ocupación generada en este nuevo sector de transables no puede ser caracterizada como una mera prolongación del empleo formal del modelo previo. Así, por un lado, las relaciones de trabajo no suelen tener mayor regulación y, por otro lado, no necesariamente predominan las actividades con tecnología intensiva en capital y en establecimientos de gran tamaño. Este fenómeno se refleja también en el sujeto laboral que se gesta con identidades precarias y sin mayores orientaciones colectivas de tipo sindical, que no corresponde al asalariado formal tradicional.

En cuanto a la lógica de exclusión hay que señalar que en el nuevo contexto, a pesar de la recuperación de la mayoría de las economías latinoamericanas, la tasa de desempleo abierto en la región, para fines de 1997, era del 10,0%, idéntica a la de 1985 cuando se estaba aún bajo los efectos de la crisis (OIT, 1997: cuadro 1). En el caso centroamericano los datos muestran niveles inferiores con la excepción de Nicaragua. En ese país el mercado laboral, a inicios de los 90, mostraba serias dificultades de generación de empleo ante la falta de recuperación económica y la saturación del sector informal. Un crecimiento acelerado del desempleo y migración, especialmente hacia Costa Rica, han sido los dos mecanismos de ajuste de ese mercado de trabajo (Funkhouser y Pérez Sáinz, 1998). Pero el problema de la exclusión laboral no solo es indicativo de que la nueva dinámica acumulativa conlleva problemas en términos de sus efectos sociales sino también de otros fenómenos igualmente preocupantes. Así, tales niveles de desocupación insinuarían un deterioro del capital social, o sea de las redes de acceso al mercado de trabajo que no

13. Es difícil estimar tal generación de empleo en la región. Hacia mediados de los 90 se puede decir, de manera aproximada, se habían generado un cuarto de millón de empleos directos. Esto supone que el peso de esta nueva industrialización, respecto del total de empleo industrial, varía del 23% en Nicaragua al 38% en Guatemala (OIT. 1997a: 10).

serían tan eficaces como antes. Tampoco hay que olvidar que el empleo es más que una fuente de ingresos; constituye un referente básico de identidad y reconocimiento social. Este hecho es crucial para los jóvenes y, por tanto, no es de extrañar la deriva hacia comportamientos anómicos en este grupo etéreo donde los niveles de desocupación son el doble del promedio. Finalmente, hay que tomar en cuenta el impacto en los hogares donde el principal recurso de subsistencia, el ingreso de origen laboral, se ve afectado por la falta de empleo.

En cuanto a la tercera lógica, la de la autogeneración de empleo, ya hemos argumentado en la introducción la necesidad de resignificarla históricamente. Todavía no nos atrevemos a hablar de postinformalidad y queremos, de manera más prudente, rescatar la propuesta en términos de neoinformalidad y sus tres escenarios que se explicitan en el cuadro 1.1.

El contexto del primer escenario sería la exclusión. Tal como se insinúa el actual proceso de globalización, signado por una dinámica que no refleja mayor integración de economías nacionales, se puede esperar que importantes sectores de la población no se incorporarían -de manera estable- a tal proceso; es decir, se verían excluidos de este. Esto supone que la modalidad de informalidad que emerge en este primer escenario pueda ser caracterizada como de subsistencia<sup>14</sup> ya que este tipo de actividades representan -ante todo- un medio de supervivencia; y, en este sentido, informalidad aparece como sinónimo de economía de la pobreza.

De hecho, se puede pensar que este escenario es una prolongación del tipo de informalidad que ha predominado en la región, y que alcanzó su mayor expresión con la crisis de los 80, mostrando así la permanencia de una pobreza de tipo estructural.<sup>15</sup> Pero, al respecto, este escenario contiene también elementos inéditos ya que a este se incorporan los denominados nuevos pobres; o sea, aquellos sectores que, como resultado de la crisis y las políticas de ajuste, han caído

14. Esta caracterización remite, con ciertas modificaciones, a la tipología de modalidades de informalidad que se ha propuesto en otro trabajo (Pérez Sáinz, 1991).

15. Los estudios regionales de FLACSO, mencionados en la introducción de este texto, mostraron tal predominio (Pérez Sáinz y Menjívar Larín, 1991; Menjívar Larín y Pérez Sáinz, 1993).

Cuadro 1.1

**ESCENARIOS DE NEOINFORMALIDAD**

Escenario	Contexto	Tipo de informalidad	Recursos	Desafíos	Territorialidad
Economía de la pobreza	Exclusión	Subsistencia	Muy escasos	Equidad a nivel societal/ "empleabilidad"	Doméstica/Itinerante/Invasión del espacio público
Provisión de insumos o subcontratación con el sector de transables	Globalización	Subordinada	Escasos	Relaciones con el sector de transables institucionalizadas e incentivadoras de innovaciones	Fragmentación e invisibilización/ Aglomeración
Aglomeración de pequeñas empresas dinámicas	Globalización	Dinámica	Socio-territorialidad	Especialización e innovaciones tecnológicas y organizacional	Comunitaria

en una situación de pauperización.<sup>16</sup> También se pueden apuntar diferencias en términos del proceso de génesis de este tipo de neoinformalidad. Previamente, siguiendo las acertadas proposiciones del PREALC, era el tipo de desarrollo tecnológico, que privilegiaba las técnicas intensivas en capital, el principal factor de generación de un excedente estructural de fuerza laboral que para sobrevivir auto-generaba empleo en actividades informales. En el nuevo escenario, tal sesgo tecnológico no es evidente. Si bien se puede pensar en producción de transables, a base de técnicas intensivas capital, también existen actividades que privilegian un sesgo tecnológico hacia el factor trabajo.<sup>17</sup> En este sentido, se podría argumentar que el excedente laboral se generaría más bien por la lógica no integradora del nuevo modelo que hace que la dinámica de generación de empleo sea restringida.

Debido a estas características, los recursos de este escenario son muy limitados y las posibilidades de evolucionar a una situación de dinamismo son, por tanto, escasas. De hecho, este escenario suele estructurarse en torno a un círculo vicioso. Del lado de la oferta de los bienes y servicios producidos se encuentran actividades de muy baja productividad donde su viabilidad económica se sustenta en la prolongación de la jornada laboral (mecanismos de autoexplotación de los informales). Y del lado de la demanda se encuentran consumidores de bajos ingresos, normalmente pauperizados, que difícilmente pueden dinamizar el mercado. Es decir, es un escenario donde pobres producen para pobres, de ahí su denominación como economía de la pobreza.

Los desafíos, como se insinúa en el cuadro en cuestión, pueden ir en dos direcciones que no implican modelos de intervención

16. El término de "nuevos pobres" designa a grupos, especialmente de asalariados urbanos, que, si bien tienen satisfechas necesidades básicas [poruhicar.se](#) en medios ciudadanos, sin embargo, la crisis de los 80 habría mermado sus ingresos por debajo de la línea de pobreza.
17. El caso de la industria de maquila, una de las manifestaciones más claras de globalización en la región, es ejemplificadora al respecto. Así, la denominada maquila de segunda generación, como la que se detecta en ciertos sectores (autopartes, electrónica avanzada, etc.) suele basarse en técnicas intensivas en capital. Por el contrario, la maquila tradicional, de primera generación, que es la que predomina en Centroamérica, privilegia las actividades intensivas en mano de obra.

mutuamente excluyentes. La superación de esta situación podría acaecer por la aplicación de políticas globales de combate a la pobreza que lograsen romper el círculo vicioso de este escenario, caracterizado por la baja productividad de este tipo de actividades informales, asociada al estancamiento de la demanda proveniente de sectores de bajos ingresos. Se puede especular que esta ruptura tendría lugar más bien del lado de la demanda al lograr, por medio de transferencias, incrementar los ingresos y dinamizar así la demanda. Esta sería una salida de alcance colectivo y de proyección societal. Pero, en segundo lugar, pudieran darse salidas más individualizadas que podrían tener una doble trayectoria. Por un lado, la fuerza laboral informal podría adquirir o recuperar "empleabilidad" (o sea, capacidad de emplearse), como asalariados, en el sector de transables. Obviamente, programas de capacitación pueden jugar un papel clave.<sup>18</sup> Pero, por otro lado, pudiera pensarse en casos donde se mantiene la condición de informal, pero se relocaliza la correspondiente actividad en otro de los dos escenarios, el de subordinación a firmas de transables o el de aglomeraciones de pequeñas empresas. No obstante, hay que tener en cuenta que estos ámbitos no son, necesariamente, de fácil acceso. Además de posibles barreras económicas, pueden operar otras de tipo no económico: sociales en términos de redes o territoriales a base de pertenencia al espacio que delimita la aglomeración.

Por último, se puede decir que la territorialidad de la economía de la pobreza sería, fundamentalmente, la del modelo acumulativo previo; o sea, correspondería a una espacialidad urbana-metropolitana. Pero en su interior es posible detectar varias modalidades que mostrarían cierta diversidad territorial. La primera sería la del espacio barrial y mostraría la no separación de los ámbitos laborales y residenciales. O sea, como bien se sabe, es un fenómeno recurrente el hecho de que las actividades de subsistencia se localicen en la propia vivienda. Además, la clientela se caracteriza por la proximidad geográfica, insertándose estas actividades dentro de lo que se podría llamar la "economía barrial." Una segunda modalidad sería la de las actividades ambulantes, que no se fijan en el espacio sino que

18. Invertir en la gente es uno de los temas de consenso sobre políticas actuales de empleo en la región. Respecto a la capacitación, existe una reorientación de I; especialización hacia las competencias (Tokman. 1997).

lo recorren de manera itinerante. Finalmente, estaría la territorialidad pública que remite el fenómeno de las ventas callejeras. Un fenómeno que tiene una doble importancia. Por un lado, es el tipo de actividad que hace más visible a la informalidad. Y, por otro lado, es la forma de territorialidad más conflictiva, especialmente en oposición a los poderes municipales, y que ha posibilitado las formas organizativas más desarrolladas de los informales.

El segundo escenario se gestaría dentro del propio ámbito de la globalización y remitiría a aquellas actividades subordinadas en tal contexto. O sea, se estaría ante procesos de deslocalización productiva de empresas con el objetivo de lograr sistemas flexibles y ligeros que se adecúen a los imperativos de la globalización. Se puede pensar en dos tipos de situaciones que no excluyen otras. Por un lado, estaría la provisión de ciertos insumos que antes las propias empresas elaboraban, constituyéndose así cadenas productivas. Y, por otro lado, estaría la subcontratación como respuesta a mercados con demandas volátiles y fluctuantes que requieren flexibilidad. Se postula que la primera modalidad tenderá a acaecer más en contextos donde ya existía un tejido industrial denso, como en las economías latinoamericanas de modernización temprana, mientras que la segunda se ajustaría más a situaciones de modernización tardía como sería el caso de los países centroamericanos. Se puede argumentar que estos procesos de deslocalización implican cumplir con ciertos requisitos de normas de producción y de calidad, lo cual tiende a excluir establecimientos informales. No obstante, en tanto que tales procesos suelen generar una dinámica de ramificación, sus terminales pueden incursionar en el mundo informal e incorporar unidades productivas

<sup>i</sup> 19  
de este.

1°. Hay que recordar que este tipo de fenómeno fue enfatizado por el enfoque neo-marxista sobre la informalidad a inicios de los 80, con su tesis de la "salarización" encubierta; o sea, trabajadores por cuenta propia que, en última instancia, laboraban para empresas formales a través de distintas mediaciones. La principal causa de la deslocalización productiva, apuntada desde ese enfoque, era abaratar los costos salariales, especialmente los indirectos (prestaciones sociales). En la actualidad, se argumentaría que, si bien tal razón persiste, lo más importante parecerían ser las necesidades de flexibilización, en un sentido amplio, de las estrategias empresariales.

En el segundo escenario, sería el tipo de modelo de relaciones con las empresas de transables el que determinaría la existencia de dinamismo durable o espurio. Es decir, la dinamicidad generada por la deslocalización productiva o la subcontratación no significa necesariamente posibilidades de acumulación sostenida. Todo dependerá del tipo de nexos con el sector de transables que es el gran desafío que afronta este escenario. Se puede pensar en dos posibles situaciones. Por un lado, estaría la tradicional, con relaciones de tipo vertical y jerárquico. Pero, por otro lado, también puede pensarse en un modelo donde los nexos son de naturaleza institucionalizada y tienden a incentivar las innovaciones, tanto en lo tecnológico como en lo organizativo, de los establecimientos proveedores o subcontratados.<sup>20</sup> En este tipo de situación, de carácter horizontal, se podría imponer una dinámica acumulativa sostenida de los establecimientos, tanto informales como no; proceso que parece mucho más improbable si los nexos son verticales y el dinamismo sería meramente espurio."<sup>21</sup>

En cuanto a su territorialidad hay que señalar que, en este escenario, se posibilitan, al menos, dos modalidades. La primera, que sería la más clásica, consistiría en que la descentralización productiva encuentra su expresión espacial en la difuminación de la fábrica en la ciudad, haciendo irreconocible a la primera. Se estaría ante una lógica de fragmentación e invisibilidad. Pero también en este escenario se pueden encontrar casos, de aglomeración que hacen que puedan ser también abordados, analíticamente, desde la óptica del siguiente escenario."<sup>22</sup>

El tercer escenario sería, sin duda, el más optimista y promisorio. Obviamente, las aglomeraciones de pequeñas empresas son heterogéneas y pueden incluir establecimientos propiamente informales

20. Sobre las consecuencias de estos dos tipos de modelos, tomando como referente a la empresa japonesa, véase Coriat (1993).
21. Sayer y Walker (1994) han planteado la existencia de dos tipos básicos de subcontratación: asociativo u horizontal y vertical o jerárquico. Dentro de estas últimas habría tres modalidades: la primera sería la que relaciona establecimientos productores; la segunda, por el contrario, supone el control de productores dispersos por una firma comercial; y; el tercero, sería la que se establece en términos de franquicias.
22. De hecho, los dos universos analizados en el presente texto corresponde a esta modalidad.

como también aquellos donde ya se ha operado una división del trabajo taylorista. Este tipo de escenario se caracteriza por la existencia de socio-territorialidad, lo que supone su mayor potencial para poder evolucionar hacia situaciones que se asemejarían, manteniendo las diferencias, a los distritos industriales del Norte.<sup>23</sup>

La existencia de socio-territorialidad tiene una doble consecuencia importante para el análisis de este escenario. Por un lado, está la dimensión de espacialidad presente en él. Es decir, la aglomeración de pequeñas empresas se enmarca dentro de un ámbito comunitario del cual forman parte. Se puede argumentar que contextos metropolitanos no son propicios a la constitución de este tipo de tejido socio-económico por la ausencia de lazos comunitarios. Por consiguiente, sería en los niveles más bajos del sistema urbano, en las fronteras con la ruralidad, que este tipo de escenario tiene mayores posibilidades de desarrollo.<sup>24</sup> Aquí se abre todo un campo de análisis sobre el fenómeno informal muy poco conocido, desde la perspectiva espacial, ya que la reflexión se ha limitado a centros metropolitanos, escenario por antonomasia del proceso modernizador previo. Es decir, con la globalización la neoinformalidad puede presentar una espacialidad distinta de la que predominó en el período anterior.

Por otro lado, socio-territorialidad supone también que este proceso de aglomeración y dinámica económicas tienen que ser analizados en términos del contexto socio-cultural que los enmarca. En este sentido, el concepto de capital social es crucial en tanto que remite a cómo el contexto socio-cultural puede afectar los comportamientos económicos de los miembros de una misma colectividad.

23. De la copiosa bibliografía existente sobre este fenómeno, cabe destacar el texto de Becattini (1992), por su intento de adecuar el concepto original, el economista británico Alfred Marshall, a la realidad de la denominada "Tercera Italia". En este sentido, el autor italiano enfatiza la socio-territorialidad como elemento definitorio central del distrito industrial. Se debe añadir que Sabe! (19X8), uno de los principales inspiradores del enfoque de especialización flexible, habría propuesto -hace algún tiempo- la potencialidad de ciertos sectores de la informalidad latinoamericana para evolucionar hacia una situación de distrito industrial. No obstante, hay que tener cuidado, como siempre, con la universalización de modelos.
24. Se está ante la comunidad clásica de vecindad, pero donde la actividad principal no es necesariamente la agricultura sino una actividad secundaria (como la artesanía) o terciaria (como el turismo).

Cabe la existencia de posibles modalidades de tal tipo de capital. La primera es la que se define como introyección de valores que remite a la existencia de una cierta ética y cultura económica que pueden ser compartidas como recursos por los miembros de la misma colectividad. La segunda forma es denominada reciprocidad y se refiere a acciones donde se persiguen fines personales, pero que no involucran transacciones monetarias; o sea, se trata de redes de intercambio recíproco no mercantil que en América Latina han sido estudiadas en relación con la marginalidad urbana. Tercero, solidaridad confinada expresaría la reacción de la comunidad ante percepción de amenazas u hostigamiento externos. Y, confianza exige, entendida como la subordinación y adecuación de los deseos individuales a las expectativas colectivas, representaría la cuarta modalidad de capital social (Portes y Sensenbrenner, 1993: 1323-1327). Es decir, la existencia de capital social muestra que el mercado no es autónomo sino que viene condicionado por los marcos socio-culturales que los viabilizan.

Los retos que afronta este tipo de escenario remiten, en primera instancia, a la especialización, fundamentalmente entre actividades productivas con aquellas de servicios de apoyo. Si esta no se da, se corre el peligro de que la cooperación entre productores se minimice y prevalezca la competencia basada en la imitación. Es decir, la ausencia de innovación, incentivada por la dinamicidad de este escenario que puede generar la ilusión de que la demanda es ilimitada, supone que el mercado se imponga con lógicas de naturaleza perversa. Por el contrario, la especialización puede coadyuvar a que las lógicas mercantiles devengan positivas en el sentido de que se incentive la competencia por innovación. Es este tipo de competencia el que permite su combinación con la cooperación, creando así un círculo virtuoso de crecimiento que es lo que ha caracterizado el desarrollo exitoso de los distritos industriales del Norte.

Estos tres escenarios pueden ser interpretados a base de las lógicas que estructuran al mercado laboral. No habría mayores discusiones en aceptar que la aglomeración de pequeñas empresas dinámicas se inscriben dentro de la lógica de autoempleo. Igual puede suceder en el escenario de subordinación cuando los nexos subordinadores incorporan establecimientos ya existentes. Pero en este escenario también puede darse que las actividades subordinadas sean

creadas, y no solo transformadas, por las estrategias de descentralización productiva de las firmas en reestructuración. Es decir, este escenario remite a estas dos lógicas. Igual pasa con la economía de la pobreza que debe ser interpretada tanto desde la lógica de autogeneración como de la exclusión. Se está, indudablemente, ante actividades de autoempleo, pero, a la vez, el proceso de globalización las marca con el estigma de la exclusión, convirtiéndolas en actividades marginales al proceso acumulativo.

#### TERRITORIALIDAD Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO EN CENTROAMÉRICA: ALGUNAS HIPÓTESIS

Como se puede inferir del apartado anterior, los establecimientos neoinformales se pueden insertar dentro de la globalización en términos de los últimos escenarios: el de subordinación y el de aglomeraciones de pequeñas empresas dinámicas. De hecho, estos dos escenarios son, junto al que emerge del fenómeno de la migración internacional, manifestación de cómo lo local, en su expresión comunitaria, interacciona con la globalización (Pérez Sáinz, 1997). Es a partir de estos que se ha tratado de identificar universos de estudios, pero especificándolos para manifestaciones propias de la globalización en Centroamérica. Así, el escenario de subordinación se ha concretado en términos de subcontratación con empresas industriales exportadoras ligadas al fenómeno de la maquila. En cuanto al tercer escenario, este se ha especificado en dos casos. Por un lado, está el desarrollo de la actividad turística, una de las expresiones más genuinas de la globalización en una región como la centroamericana. Y, por otro lado, también ligado al fenómeno del turismo internacional, están las aglomeraciones artesanales que se han visto (re)vitalizadas por la globalización.

A partir del marco analítico desarrollado en los apartados precedentes de este mismo capítulo y de estudios previos, se quiere formular una serie de hipótesis sobre el desarrollo de este tipo de establecimiento en el contexto de la globalización. Estas hipótesis pueden dividirse en dos grupos, dependiendo de si se refieren a

diferencias entre universos dentro de cada escenario o a una interpretación regional donde se comparan los tres escenarios entre sí.

En cuanto a las primeras, además de intentar verificar diferencias significativas entre universos, también las hipótesis tendrían direccionalidad en el sentido de que el universo considerado como más favorable para la autogeneración de empleo,<sup>25</sup> tendría atributos más marcados que el otro universo. En este sentido se pueden formular hipótesis sobre distintas dimensiones analíticas como vamos a ver a continuación. Se debe añadir que algunas de ellas son susceptibles de cierta matización a partir de rasgos específicos del fenómeno informal o de los universos en consideración.

En primer lugar habría que tomar en cuenta las características socio-demográficas del(de la) propietario (a) del establecimiento. En otros trabajos se ha argumentado que uno de los rasgos más importantes que caracterizan al establecimiento como (neo)informal es la participación directa del (de la) mismo (a) en la producción de bienes y servicios; o sea se está ante procesos donde prevalece una división del trabajo de tipo pretaylorista (Pérez Sáinz, 1994). Esto supone, por tanto, que tales características personales deben tener una incidencia muy directa en el desenvolvimiento de su negocio. Se puede pensar en el capital humano que tiene el(la) propietario(a) y postular que en el universo más favorable ese capital debe ser mayor. Incluso se puede matizar esperando que de los dos componentes de esta dimensión, la escolaridad y la experiencia laboral, sea la segunda la que tenga más incidencia. Además del capital humano, se puede postular que el género puede introducir diferencias significativas y que los hombres predominarían en los universos favorables, mientras las mujeres en los otros.

En cuanto a los establecimientos *per se* habría tres dimensiones a resaltar. La primera tiene que ver con el empleo generado en tanto que este es un indicador de capacidad acumulativa. Así es de esperar que, en los universos más favorables, las unidades económicas deben ocupar más personal. Una segunda dimensión remite más bien a la racionalidad empresarial y que suele expresarse, de manera clara, en

25. Recuérdese de la introducción, que estos universos serían los siguientes: La Fortuna y Monteverde (turismo); San Pedro Sacatepéquez (subcontratación); y La Palma (artesanía).

la existencia de contabilidad. Así, la hipótesis a postular es que en los universos favorables, las prácticas contables formales deben estar más extendidas. Finalmente, como resultado de lo dicho previamente, es de esperar que los ingresos obtenidos por los establecimientos de los universos favorables deben ser superiores en promedio.

Y el tercer aspecto a considerar en la comparación al interior de cada escenario, tiene que ver con el entorno que comprendería varias dimensiones. La primera se relacionaría con el fenómeno del capital social. La hipótesis general a enunciar es que la movilización de este debe ser mayor en los universos favorables. Esta hipótesis debe ser especificada para cada tipo de capital social que no está presente en cada universo. Para los casos de introyección de valores y de reciprocidad, que sí son comunes, se puede postular que, en los universos favorables, la identificación con la actividad respectiva y la inserción en redes deben ser mayores. Además, habría dos dimensiones de entorno más a considerar: la institucional y la organizativa. Aquella pretende reflejar el apoyo de instancias públicas o privadas, al establecimiento (neo)informal en términos de los dos instrumentos de política privilegiados: el crédito y la capacitación. Y la organizativa intenta captar acciones de carácter colectivo tanto en el campo de la cooperación de negocios como de la asociación para la defensa de intereses gremiales. Las hipótesis serían, por un lado, que en el universo más favorable los propietarios se han debido beneficiar de más ayuda en crédito y capacitación y, por otro lado, que las acciones organizativas, tanto en lo económico como en lo gremial, deben de estar más desarrolladas en este tipo de universo.

Pasando a la interpretación de alcance regional, hay que mencionar que se quiere abordar, en primer lugar, a partir de una óptica complementaria de los escenarios y que tiene que ver con una tipología de establecimientos que establece tres categorías: de subsistencia, intermedia o dinámica.<sup>26</sup> Se verificarían las mismas hipótesis

26. Como se verá en los siguientes capítulos, se elaborará una tipología de establecimientos a partir de dos criterios básicos: contabilidad y excedente bruto mensual. Si existen prácticas contables formales y el nivel de tal excedente supera los dos salarios mínimos de la respectiva actividad, se considerará al establecimiento como dinámico. En el caso opuesto, ausencia de contabilidad y excedente igual o menor a dos salarios mínimos, la calificación es de subsistencia. El resto de situaciones caen bajo el rubro de intermedios. Se han tomado dos ingresos mínimos en tanto

que al interior de cada escenario, ya que tal tipología permite el contraste entre dinamismo y reproducción simple. En segundo lugar, a escala regional se pretende también llevar a cabo un análisis multivariado respecto a dos variables dependientes que serían indicativas del desempeño del establecimiento: la generación de excedente y la tipología ya mencionada. En este sentido, habría dos tipos de hipótesis a formular. Primero, todas las dimensiones mencionadas (las referidas a capital humano, empleo generado y distintos tipos de entorno) en los párrafos precedentes serían variables independientes que deberían incidir de manera positiva; o sea incrementando el excedente o la probabilidad de pertenecer a la categoría dinámica. Y segundo, los propios universos deberían ser considerados como variables independientes y representarían, fundamentalmente, la modalidad de inserción en el proceso globalizador. Se puede enunciar que el turismo debe implicar una inserción más favorable que la artesanía y, sobre todo, que la subcontratación. Esta diferencia estribaría en que la articulación con el mercado es más directa que en los otros dos escenarios y, por tanto, menos precaria.

Pero veamos qué nos dice la evidencia empírica recabada y cuáles de estas hipótesis se logran verificar y cuáles son sus consecuencias, tanto analíticas como en términos de modelos de intervención, respecto de este tipo de establecimientos en el contexto de la globalización.

que podrían ser equivalentes al salario promedio de la respectiva rama y, siguiendo la tipología de Briones (1998: 33) sobre microempresas, este sería el criterio que delimita a las "microempresas en reproducción deficiente", según la denominación de este autor, que estarían inmersas en lógicas de mera subsistencia.



## II

### TURISMO Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO

El turismo representa nuestro primer escenario, ya que esta actividad es una de las principales expresiones de cómo Centroamérica se está insertando en la dinámica globalizadora actual. Así, en 1990 ingresaron en la región 1.531,634 turistas, flujo que se incrementó en casi un millón más (2.435,115), siete años más tarde. Esto ha supuesto que, si para inicios de la década esta actividad había generado 520.1 millones de dólares en divisas, este monto se había elevado a 1,335.1 en 1997. Destacan dos países, Guatemala y Costa Rica. Pero si el primero de ellos, a inicios de la década recibía un poco más de medio millón de visitantes (508,514), superando al segundo (435,037), Costa Rica, para 1997, ya había alcanzado los 811,490 turistas, cifra superior a la guatemalteca (576,362) (CANATUR, 1998).

En esta dinámica no ha estado ausente la microempresa. Es imposible tener cifras sobre el número de este tipo de establecimientos por país pero su relevancia ya ha llevado a la realización de un par de diagnósticos muy coincidentes entre sí (Rivas y Fontana, 1994; Leroux, s.f.). En ambos se identifica una serie de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para este sector. En cuanto a las primeras, destacan las siguientes: la polifuncionalidad; el servicio personalizado y a buen precio; la generación de empleo; la "democratización" del dólar turístico; la existencia de experiencias organizativas en algunos de los países<sup>27</sup> susceptibles de ser replicados en

otros; y la contribución al desarrollo local. En términos de oportunidades, se señalan: crecimiento de la demanda turística que busca un servicio más personalizado; la expansión del turismo ecológico; la mejora de la imagen de la región después de los conflictos bélicos que la asolaron; la reactivación de la integración regional; la captación de turistas jóvenes, que es un segmento del mercado no muy trabajado a lo que se podría unir el de personas de la tercera edad si se logra combinar precio, estilo de atención y ubicación en zonas tranquilas. Respecto a las debilidades, se destaca lo siguiente: la atomización, ausencia de comunicación y problemas organizativos entre los microempresarios; su poca experiencia en la actividad turística; las dificultades de acceso a financiamiento; sus orientaciones empresariales limitadas que se expresan en diversos ámbitos (administración y contabilidad, mercadeo y control de la calidad del servicio); falta de concienciación respecto a problemas de medio ambiente; y manejo limitado de idiomas extranjeros. Finalmente, varias son las amenazas identificadas: riesgos sociales (especialmente en términos de seguridad ciudadana) y naturales (Centroamérica es una región de alta vulnerabilidad en este sentido); infraestructura y servicios públicos muy deficientes; deterioro del medio ambiente; apoyo muy escaso por parte de los gobiernos a este tipo de microempresa; escasez de recursos energéticos; ausencia de políticas concretas de capacitación y asistencia técnica; y, feroz competencia de la gran empresa turística, especialmente la extranjera que se ve favorecida con la apertura de mercados.

En el presente capítulo, se abordará, en primer lugar, la descripción de los dos universos seleccionados. Se debe recordar que el Área Metropolitana de San José representaría el caso donde el establecimiento autogenerado tiene un papel más bien marginal y no protagónico, mientras lo contrario acaecería en La Fortuna y Monteverde. Posteriormente, se pasará a analizar los resultados de la encuesta de establecimientos aplicada en estos universos, contrastan

27. La experiencia original fue la costarricense con la organización de la Cámara Nacional de Microempresarios Turísticos (CANAMF.T) a inicios de los 90. Para 1997 ya se habían conformado la Asociación Nacional de Micro y Pequeños Empresarios Turísticos de Honduras (ANAMIPETH) y la Cámara Nacional de Micro y Pequeña Empresa Turística de El Salvador (CANTOR).

dolos entre sí de acuerdo con la propuesta metodológica de este estudio.

#### SAN JOSÉ, LA FORTUNA Y MONTEVERDE

Ambos universos están ubicados en Costa Rica, que es el país donde la actividad turística ha tenido mayor desarrollo dentro la región centroamericana, como se ha mencionado en la introducción de este mismo capítulo. Un hito importante lo marca 1985, año en el que se promulgó la Ley N°6990, que contiene una serie de incentivos para el desarrollo de esta actividad. Entre 1987 y 1995 esta creció a una tasa anual del 13.8%, tres veces superior al promedio mundial. Esto supuso que, ya para 1993, se constituyera en la principal fuente de divisas del país, superando las dos exportaciones tradicionales (el café y el banano) representando, para el año siguiente, el 8.9% del producto interno bruto (Leroux, s.f.:38.) Tres causas han sido señaladas para explicar ese auge: la pérdida del valor adquisitivo del dólar estadounidense respecto a monedas de otros países del Norte, que supuso la relocalización de destinos turísticos de aquel país;" la conciencia de la crisis ambiental que implicó que el turismo ecológico se pusiera de moda; y las tradiciones de paz y estabilidad política que han caracterizado a Costa Rica en la convulsa Centroamérica (Rivas y Fontana, 1994: 1996).

La evolución de esta actividad, durante la presente década, puede ser observada en el cuadro 2.1. Como se puede apreciar, ha habido un incremento paulatino del flujo de visitantes que se ha traducido en el correspondiente aumento de las divisas generadas que, hacia fines del período considerado, representa un quinto del total del país."<sup>4</sup> No

28. En efecto, casi la mitad de los turistas que visitan Costa Rica son estadounidenses.
29. Para 1997, solo hay datos comparativos con El Salvador y Nicaragua, países donde los ingresos por turismo representan el 2.9% y el 10.7% del total de divisas, respectivamente. El primer caso se explica, a pesar de haber sido el tercer país centroamericano en recepción de visitantes, por el impacto que tienen las remesas por emigración que relativiza enormemente el impacto de los ingresos por turismo. Sorprende el dato sobre Nicaragua, pero pensamos que la explicación hay que buscarla, por un lado, por el bajo nivel de exportaciones y, por otro lado, por la subrepresentación del impacto de las remesas.

Cuadro 2.1

**EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN COSTA RICA  
-1990-1997-**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Ingreso de turistas	435,037	504,699	610,591	684,005	761,448	784,610	781,127	811,490
Divisas generadas (en millones deUS\$)	275.0	330.6	431.1	577.4	625.7	659.6	688.6	719.0
Participación del turismo en la generación de divisas (porcentaje)	13.9	15.0	16.6	19.3	18.1	15.9	23.4	21.9

Fuente: CANATUR ( 1998)

obstante, se percibe que, a mediados de la presente década, esta dinámica se desacelera. Las causas de esta desaceleración se han percibido, de manera diversa, por los informantes claves que se entrevistaron en el primero de los universos considerados: San José. Por un lado, están opiniones que apuntan a procesos considerados como cíclicos:

"..hay una cosa que ocurre con el turismo: siempre en la historia turística hay altos y bajos, puede estar muy bien y después se baja porque aparece otro destino y luego vuelven a regresar. Eso uno lo ve cuando estudia algunas cuestiones turísticas. Una zona puede estar muy bien pero apareció algo bonito por allá y se van y después regresan."

Por otro lado, están los testimonios que identifican causas como la acción gubernamental y la violencia. Así,

"...la falta, por parte de la administración de cuidado de carreteras, servicios, etc., que están totalmente descuidados (...) eso de cinco años para aquí, que fue cuando yo conocí Costa Rica, yo he visto un deterioro claro en ese tema. Con muchos planes para hacer cosas pero que nunca se han puesto en práctica."

O,

"...hay varios factores que han influido en este descenso de la actividad turística (...) el problema de las carreteras, los precios y la seguridad son muy importantes también. Cuando hablo de seguridad me refiero a los asaltos comunes, diarios, no al asunto de los secuestros."<sup>30</sup>

Pero también hay testimonios más autocríticos que argumentan que la razón hay que buscarla en:

30. Este testimonio se refiere al secuestro de una turista alemana y una guía turística en el Norte del país en 1996 que tuvo cobertura internacional por parte de los medios de información.

"..la falta de atención al turista, pensar que hay que sacarle todo el dinero el primer día que llega. Cuando hay que hacer una labor de futuro, tratando muy bien la clientela para que cada vez vengan más, porque eso puede ser el pan de la mitad de Costa Rica en un futuro."

Hacia 1997 se ha estimado un total de 12,000 habitaciones con declaratoria turística, pero se calcula que existe una cantidad similar sin declaratoria referidas, justamente, a pequeños establecimientos. La gran parte de esta oferta hotelera (el 40%) se concentra en San José y su área de influencia metropolitana; sigue en importancia Puntarenas (30%) y Guanacaste (15%). Es importante resaltar la presencia creciente de las grandes cadenas hoteleras (Barceló, Sol Meliá, Radisson, Best Western, Marriott, etc.).<sup>31</sup> Si bien no hay información fiable, se estima que la actividad hotelera estaría generando 60,000 empleos directos y una cantidad similar de manera indirecta (Leroux, s.f.: 39).

Este peso de la capital hace que el desarrollo del turismo en ella no haya diferido de las tendencias a escala nacional. Para efectos de contextualización de este universo, es importante referirse a su configuración institucional. Esta ha sido resultado de varias etapas: reunión de 1991, organizada por ACEPESA (Asociación Centro Ejecutor de Proyectos Económicos y de Salud), **ONG** que ha sido gran impulsora de este proceso, y **PROMICRO** (Programa Regional de la **OIT** de Apoyo a la Microempresa) que tiene como principal resultado la organización de una comisión de mujeres microempresarias que desembocó en la formación de la Asociación de Turismo en Casa (Tur Casa) al año siguiente; Primer Encuentro Nacional de Microempresarios Turísticos, auspiciado por el **ICT** (Instituto Costarricense de Turismo) y ACEPESA, en 1992, que lleva a la creación de un comité que redacta los estatutos de CANAMET; y constitución de esta Cámara, el 5 de marzo de 1993, agrupando a 29 asociaciones.<sup>32</sup> Datos más

31. Se han señalado dos grandes amenazas de los "mega" proyectos y el turismo masivo: el acaparamiento de tierras y de la oferta turística por parte de empresas extranjeras; y el impacto ambiental negativo (Rivas y Fontana, 1994: 18-20).

32. Hay que mencionar, como parte de estos esfuerzos organizativos, la creación de una empresa de promoción de servicios turísticos, Jade Tours S.A., en 1993. No obstante esta experiencia no fue exitosa y ya en 1997, esta estaba en cierre técnico.

recientes muestran que serían 12 las asociaciones afiliadas a esta entidad que representarían a 236 propietarios con una generación de casi mil puestos de trabajo.<sup>33</sup> Habría que añadir que, junto a CANAMET, hay otras dos organizaciones microempresariales con acción dentro del Área Metropolitana. La primera es la ya mencionada Tur Casa que aglutina a los casos de alojamiento de turistas en casas particulares, que ofrece además del hospedaje, alimentación y lavado de ropa. Las mujeres que fundaron esta organización tenían en común el ofrecer sus servicios a un instituto de idiomas y este tipo de conexión ha prevalecido e implica que muchos de los clientes suelen ser estudiantes extranjeros que vienen a aprender el castellano por unas semanas. En la actualidad hay 60 microempresas afiliadas en la capital y unas 40 adicionales en el resto del país. La otra organización es la Asociación de Microempresarios Turísticos del Gran Área Metropolitana (AMIGAM) de muy reciente creación y que aglomera no solo hoteles, sino también establecimientos dedicados a otras actividades turísticas. Posee alrededor de 150 afiliados. También hay que mencionar que algunos hoteleros pequeños pertenecen a la Cámara Nacional de Turismo y a la Cámara Costarricense de Hoteleros, pero se considera que estas entidades gremiales tienden a favorecer a los establecimientos de mayor tamaño.

El otro universo considerado, que de hecho son geográficamente dos (La Fortuna y Monteverde), tiene historias sobre el inicio de la actividad turística que merecen ser explicitadas así como características básicas de cada una de estas localidades.

Monteverde es el distrito 10 del cantón central de Puntarenas con un área de casi 53 kilómetros cuadrados y una población de 2,237 habitantes a inicios de 1997. No obstante, su zona de influencia socioeconómica se extiende hasta Santa Elena, que pertenece al distrito de Tilarán que forma parte de la provincia de Guanacaste.<sup>4</sup> De hecho es en Santa Elena donde se encuentran las principales instituciones existentes: una agencia del Banco Nacional de Costa

33. Datos, para 1998, provistos por la propia CANAMET.

34. El primer asentamiento de Santa Elena data de 1925 cuando se empezaron a colonizar las montañas de Tilarán y fue, hasta mediados de los 40. que se constituyó formalmente esta comunidad. Su inclusión supone que esta zona de Monteverde tendría, según cálculos de CoopeSantaElena. unas 7.000 personas.

Rica; el colegio que lleva el mismo nombre de esta localidad; una escuela pública; un centro de salud; la iglesia católica que pertenece a la diócesis de Tilarán; la parada de buses; y la cooperativa "CoopeSantaElena." Esta última agrupa a pequeños caficultores y ganaderos así como a un grupo de mujeres artesanas que elaboran distintas prendas (manteles, servilletas, cortinas, etc.) pintadas con diseños ecológicos. La misma brinda asesoría técnica a sus asociados y posee una tienda de artesanías, además de un mini-mercado y una tienda especializada en la venta de fertilizantes. En el propio Monteverde hay tres escuelas bilingües, resultado del asentamiento de extranjeros en la zona.<sup>35</sup> Es preciso mencionar que el acceso a la localidad es difícil ya que el camino no está asfaltado y se encuentra en gran deterioro. Esto supone aislamiento de esta localidad con ventajas (de tipo conservacionistas), pero también desventajas (como, por ejemplo, urgencias médicas). Hay que mencionar que, inicialmente, los propietarios de hoteles se sumaron a la posición conservacionista ya que obligaba a pernoctar a los visitantes. Pero, una vez que constataron que se necesita de varios días para disfrutar de los atractivos de la región, se inclinan por el mejoramiento de la vía de acceso.

Por su parte, La Fortuna es el distrito 7 del cantón de San Carlos, en la provincia de Alajuela. A inicios también de 1997 tenía una población de 7,085 personas para una extensión de 225 kilómetros cuadrados. Al contrario de Monteverde, el acceso a esta localidad es fácil ya que existe una carretera en buen estado, que comunica a ese distrito con Ciudad Quesada-cabecera del cantón- y otra que enlaza con San Ramón. Además, en un radio de menos de un kilómetro cuadrado se concentra una gran cantidad de servicios: varios expendios de alimentos; farmacia; dos agencias bancadas (del Banco Nacional y del Popular); una agencia de la Cooperativa *COOCIQUE*; un centro de salud; una escuela pública; el Colegio Técnico Profesional La Fortuna; y otros tipos de negocios.

35. La primera , Seventh Day Adventist School, fue creada en 1991. Al año siguiente se fundó el Centro de Educación Creativa que enfatiza una enseñanza conservacionista con un programa nacional de becas para niños. En 1996 abrió sus puertas el Monteverde Friends School (Burlingame. 1997).

Siguiendo con esta localidad, hay que mencionar que La Fortuna de San Carlos se dedicó por muchos años a la agricultura, sobre todo tubérculos y raíces, a la ganadería y a la agroindustria. Actualmente, estas actividades se combinan con el turismo, prueba de ello es la renombrada "Feria de la Yuca", en la que los agricultores de la zona ofrecen a fortúnenos, nacionales y extranjeros, una gran variedad de productos derivados de este tubérculo. Es a partir de la explosión del Volcán Arenal, en 1968, que el ingreso de turistas se incrementa en La Fortuna. El atractivo de un macizo volcánico de forma cónica y activo, incentiva a gran cantidad de extranjeros y nacionales a visitar la zona. Con el *boom* turístico costarricense, a mediados de la década de los 80, el ingreso de turistas a La Fortuna aumenta en forma creciente. Los entrevistados coinciden en señalar que:

"...todo el que viene a Costa Rica, viene también aquí a La Fortuna. Nadie se quiere quedar sin ver al Arenal echando lava."

Para 1990, esta localidad contaba solamente con dos hoteles y unas cabinas destinadas fundamentalmente al turismo nacional; hoy hay 55 establecimientos de hospedaje y 15 de alimentación. Otra muestra del crecimiento de la actividad turística en la zona es que para 1992 se contaba con una capacidad instalada de 90 camas, y actualmente La Fortuna cuenta con 1,700 camas que ofrecer a los visitantes. Una de las características que distinguen el desarrollo turístico de esta localidad es el predominio de pequeños establecimientos y la propiedad en manos de fortúnenos. Actualmente, hay 125 establecimientos turísticos de todo tipo en la zona de La Fortuna, de las cuales 120 están en manos de originarios de la región. Estos establecimientos cubren una amplia gama de servicios turísticos: hospedaje, alimentación, *tours*, alquiler de bicicletas y caballos, venta de *souvenirs*, etc. Por otra parte, la zona de La Fortuna ofrece un abanico de posibilidades recreativas a los turistas ya que, además, de visitar el volcán Arenal se puede realizar diversas actividades: visitar el llamado "Cerro Chato" y las cataratas; cabalgatas a Monteverde; *tours* a Caño Negro, etc. De tal manera que los pequeños propietarios estiman que los turistas necesitan permanecer al menos tres noches en La Fortuna para disfrutar las atracciones que les ofrece la zona.

Las fiestas cívicas, en febrero, y la "Feria de la Yuca", en agosto, también atraen a una gran cantidad de nacionales y extranjeros.

Los cambios más importantes en el desarrollo turístico, identificados por los propietarios entrevistados, se dan en las áreas de organización y capacitación. En lo que a organización se refiere, en 1994 se fundó la Asociación de Microempresarios Turísticos de La Fortuna (AMITUFOR). Estar organizados también ha permitido a los propietarios conocer sus carencias y debilidades, lo que les condujo a solicitar capacitación al Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) con el objeto de elevar la calidad del servicio ofrecido. No obstante, los propietarios se quejan de la ausencia de apoyo institucional en la zona, fundamentalmente en lo que refiere al ICT (Instituto Costarricense de Turismo) y a CANATUR.

Por su parte, la historia del caso de Monteverde es un poco más elaborada. Antes del desarrollo turístico, predominaba la producción lechera. Esta actividad se mantiene con vistas a satisfacer la demanda de la fábrica de quesos "Monteverde", una de las principales del país. Además, se sembraba un poco de café y hortalizas para autoconsumo y abastecimiento del mercado local. El desarrollo turístico de Monteverde no puede explicarse si no se toma en cuenta la llegada de los cuáqueros a la región. Hacia 1920, por ejemplo, había apenas unas cuantas familias dispersas y es hasta mediados de la década de los 40 que se constituye la comunidad de Santa Elena, perteneciente entonces al distrito de Guacimal. Los cuáqueros arriban a la zona en 1951.<sup>36</sup> El año anterior, Hubert y Mildred Mendenhall visitaron Costa Rica y quedaron impresionados por la reciente abolición del ejército y lograron convencer a otros miembros de esta comunidad religiosa; el 19 de abril de 1951 ingresaron en el país, 41 cuáqueros. Después de una intensa búsqueda -que incluyó recorridos en avioneta- se deciden por la región, hoy denominada Monteverde, atraídos por su aislamiento y lejanía de grandes centros de población, además de su densa vegetación. En los primeros años de su asentamiento introducen la electricidad y establecen un aserradero. En 1957 inauguran la fábrica de quesos que lleva el nombre de este lugar. A mediados de la década

36. Toda la información respecto a la llegada e **influencia** de la comunidad cuáquera en Monteverde proviene de entrevistas a informantes no pertenecientes a este grupo ya que no fue posible entrevistar a ningún cuáquero en la zona.

de los 60, la comunidad cuáquera funda la Reserva Comunal Bosque Eterno S.A., con el objeto de conservar la riqueza biológica de la zona de Monteverde (Tosi, s.f.).

Debe señalarse que la convivencia entre cuáqueros y nacionales de la región ha tenido sus altibajos. En la década de los 60, cuando la comunidad cuáquera se propuso fundar la Reserva Bosque Eterno, algunos pobladores de la zona se opusieron e incluso invadieron los terrenos formando precarios que fueron desalojados en varias ocasiones. Actualmente, los entrevistados coinciden en señalar que los cuáqueros fueron enseñando a la población local las concepciones conservacionistas que a la larga han favorecido a la zona y su desarrollo económico. Algunos incluso reconocen que introdujeron la electricidad en la región, como ya se ha mencionado, y aunque algo rudimentario, establecieron un camino de acceso. También agradecen el hecho de que la fábrica de quesos haya sido una tabla de salvación para los productores de leche, que les permitió no solo vender su producto en la región, sino tener oportunidad de aumentar su producción para abastecer a la fábrica. Incluso recuerdan con profundo agradecimiento el episodio en que, a raíz de la crisis lechera que vivió el país hace algunos años, este establecimiento pasó a tener accionistas locales de tal forma que actualmente muchos de los pequeños productores de leche de Monteverde son también socios de esta empresa que ha dejado de ser propiedad exclusiva de los cuáqueros.

Ahora bien, una vez fundada la Reserva Bosque Eterno, se incrementa la visita de extranjeros a la zona, particularmente científicos y algunos turistas que llegan a conocer y estudiar la vegetación y fauna de la zona. Los cuáqueros, además, siguen atrayendo población de origen estadounidense. Es entonces que se divulga a escala mundial la presencia de quetzales y del sapo dorado en Monteverde, además de la existencia de uno de los pocos bosques nubosos en la región centroamericana.<sup>37</sup> Con el incremento de visitantes, se hace necesario abrir, en 1978, el primer establecimiento de hospedaje, "Pensión Quetzal", propiedad de un cuáquero y que durante ese año

37. Al respecto hay que mencionar el artículo, publicado a inicios de los 70 en la rev-Sia "American Birds". por George Powell, sobre los quetzales y el reportaje "Forest in the Clouds", divulgado por la BBC en 1978.

albergó a unos 2,000 visitantes. Posteriormente se inauguran otros hoteles pequeños y pensiones. Para 1997 había 15 hoteles y 20 pensiones en la zona con una capacidad de 450 cuartos y 1,000 camas.

En 1972 el científico George Powell y su esposa se unen a los esfuerzos del cuáquero Wilford Guindon para establecer una reserva natural de mayor envergadura. El Centro Científico Tropical acepta entonces la responsabilidad institucional de la fundación, posesión y administración de dicha reserva, constituida entonces por 328 hectáreas. En 1975 se le anexan las 554 hectáreas de la Reserva Comunal Bosque Eterno S.A. Actualmente, la Reserva Biológica Bosque Nuboso Monteverde cuenta con 10,500 hectáreas e instalaciones para albergar 120 estudiantes e investigadores.

A mediados de la década de los ochenta, con el *boom* del turismo en Costa Rica, también se incrementa notablemente la presencia turística en Monteverde. A raíz de lo anterior, se funda una gran cantidad de establecimientos turísticos: hoteles pequeños, pensiones, sodas, tiendas de *souvenirs*, etc. El fuerte ingreso de visitantes a la región plantea a los pobladores el reto de un desarrollo turístico que no deteriore el ambiente. Esta convergencia de objetivos ha sido un proceso lleno de conflictos entre los intereses de empresarios y sectores conservacionistas, en donde ambos grupos han debido ceder. La decisión de limitar el ingreso de visitantes a la Reserva fue una de las ocasiones en que este conflicto alcanzó mayor expresión. El Centro Científico Tropical, la comunidad cuáquera y otros sectores conservacionistas defendieron la postura de no permitir más de 120 personas simultáneamente en los senderos de la Reserva y por ser propiedad privada, los empresarios turísticos no pudieron resolver la disputa en su favor. Sin embargo, lograron la fundación de la Reserva Santa Elena, que tiene la particularidad de ser administrada por el Colegio de la zona,<sup>38</sup> y ofrece a los turistas una opción a la Reserva Monteverde de ingreso limitado.

A mediados de la década de los 80 se forman dos organizaciones que promueven el voluntariado en la zona. La primera es la Asociación Conservacionista Monteverde, más conocida como la "Liga Monteverde", que se dedica a la recepción y promoción de voluntarios

38. Este parece ser el único caso del país en que una zona de reserva nacional no es administrada por el Servicio de Parques Nacionales.

interesados en trabajar en actividades conservacionistas. Y la segunda es el Instituto Monteverde, que promueve el voluntariado a nivel grupal, también interesados en la conservación e investigación; ofrece cursos cortos relacionados con la biología agroecología y recientemente español a extranjeros. Por su parte, los empresarios turísticos de Monteverde no han logrado consolidar una organización que los represente. Hace algunos años los propietarios de algunos hoteles se estuvieron reuniendo con el objeto de formar la Cámara de Hoteleros de Monteverde, pero estos esfuerzos no fructificaron. Igualmente, los propietarios de pensiones intentaron formar una asociación, sin éxito. Como consecuencia de esta ausencia de organizaciones en la zona, las posibilidades de gestionar proyectos de capacitación, crédito y otros se manejan a nivel individual. Esta atomización ha tenido consecuencias puesto que instituciones como el INA solamente brindan servicios a grupos organizados, lo que evidentemente ha perjudicado a los empresarios con menor capacidad de inversión.

Los cambios en el desarrollo de la actividad turística se centran en la comercialización y la diversificación de posibilidades que se ofrecen al visitante. Como señala uno de los informantes:

"...es que antes el empresario turístico -fuera local o extranjero -prácticamente estaba a la espera de que llegara el turista y empezaba actuar desde que el turista se bajaba del bus o de su carro. Si uno averigua, ahora la mayoría de los hoteles grandes tienen ya sus conexiones desde el punto de origen del turista, entonces te empiezan ya a crear un paquete más amplio, sobre todo por la facilidad de los sistemas de comunicación electrónica. Ese es un cambio importante, el otro es más lento y considero que todavía está en una fase inicial: es no solamente ofrecerle al turista el platillo que él viene pidiendo sino crearle un menú. En un principio, estaba claro que el turista venía por la Reserva Biológica Monteverde. Cuando se dio el *boom* del turismo y se amplió la oferta local, llegó inclusive un momento que casi la oferta excedía la demanda, entonces casi por necesidad la gente empezó a ver ¿qué más le mostramos a esta gente para que no se nos vaya, para que se nos quede más en la zona? Entonces, por un lado se crearon otros centros de atracción, siempre relaciona-

dos con la biodiversidad, se creó la Reserva Santa Elena, se creó el Mariposario, se creó la Finca Ecológica, el "Sapo Dorado" creó su reservita "Sendero Tranquilo", ahora "La Heliconia" creó su reserva, se creó el "Sky Walk"<sup>40</sup> más recientemente, otros empezaron a aprovechar la vista del Volcán y el Lago."

#### TURISMO Y AGLOMERACIONES DE PEQUEÑAS EMPRESAS

Costa Rica es el país centroamericano que cuenta con el diagnóstico más completo sobre la microempresa turística que llevó a cabo CANAMET (1996) a mitad de los años 90.<sup>41</sup> Un primer aspecto que abordó fue el perfil del establecimiento. Los rasgos más sobresalientes detectados fueron los siguientes: las actividades que se desarrollan son muy variadas, pero sobresalen transporte y alojamiento; la propiedad en su totalidad es nacional; un cuarto de los microempresarios tiene una experiencia en el ramo superior a los diez años;" el nivel de educación de los propietarios es alto ya que casi un quinto tiene nivel universitario aunque incompleto; el financiamiento propio es el que predomina; y son las recomendaciones el medio más frecuente para conseguir clientes, lo que supone que no hay estrategias de promoción (menos de un quinto utilizaban *brochures* que es la técnica más extendida). Hay dos aspectos adicionales que merecen tratarse de manera separada. Por un lado, está el perfil de los turistas que utilizan los servicios de este tipo de establecimientos y que es el

39. El "Sapo Dorado" y "La Heliconia" son hoteles de la zona.

40. El "Sky Walk" es un complejo privado de cinco puentes colgantes ubicados cerca de la Reserva Santa Elena, en donde el visitante camina entre las copas de los árboles, observando hasta a 72 metros de altura, diversos tipos de bosque (primario y secundario). Está en manos de la familia Valverde, quienes poseen también el Hotel Finca Valverde, el serpentario y un bar-discoteca.

41. Este fue financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo y contempló a 29 asociaciones afiliadas a CANAMET que representaban un total de 122 microempresarios turísticos.

42. Esto insinúa trayectorias laborales dentro de la actividad, iniciándose como asalariado(a) para convertirse posteriormente en microempresario(a).

siguiente: la clientela es muy variada con gran peso de los estudiantes, parejas y los denominados "mochileros" (categoría que denota la naturaleza informal de la demanda de este segmento del mercado turístico); el grupo etéreo de mayor peso es el comprendido entre los 26 y 40 años; y es el turismo de aventura y el ecológico las principales motivaciones de este tipo de clientela. Por otro lado, el diagnóstico refleja también voluntad de organización por parte de los microempresarios tal como se ha explicitado en el apartado precedente de este mismo capítulo.

Con este segundo apartado se comienza a analizar la evidencia empírica obtenida a través de la encuesta aplicada en los dos universos.<sup>43</sup> Varios son los aspectos que se quieren tomar en cuenta. El primero es el referido a las características socio-demográficas de los dueños de establecimientos que se reflejan en el cuadro 2.2.

Cuadro 2.2

**TURISMO: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE  
PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS  
POR LOCALIDAD**

Variables	San José (n = 50)	La Fortuna y Monteverde (n=50)	Total (n=100)	p < <sup>a</sup>
<b>SEXO (%)</b>				.(X)l
-Hombres	36.0	68.0	52.0	
-Mujeres	64.0	32.0	48.0	
<b>EDAD</b>				
(promedio en años)	45.9	38.6	42.2	.001
<b>ESCOLARIDAD</b>				
(promedio en años)	12.5	9.7	11.1	.(XX)
<b>EXPERIENCIA LABORAL</b>				
(promedio en años)	7.2	7.7	7.4	.656

a. Prueba t para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalo.

Fuente: Encuesta realizada.

43 Esta información cuantitativa se matizará, como en los otros dos capítulos sobre los restantes escenarios, con apreciaciones de tipo cualitativo provenientes de los testimonios de los informantes claves.

Con la excepción de la experiencia laboral, respecto al resto de variables existen perfiles diferenciados por universos. En San José predominaría la mujer en edad más madura y con secundaria finalizada como promedio educativo. La diferencia de género hay que rastrearla en el peso de Tur Casa que, como se ha señalado en el apartado precedente, está constituido exclusivamente por mujeres y la distinción educativa remitiría más bien al corte tradicional urbano-rural, donde en el primer espacio las posibilidades de educación son mayores.

El cuadro 2.3 refleja las principales características del establecimiento. La parte superior remite a dimensiones comparables a los otros escenarios y que serán retomadas en el último capítulo mientras la inferior a aspectos específicos de este escenario, en concreto a la inserción en el mercado.

Tres son las dimensiones que definen un perfil común a ambos universos.<sup>44</sup> La primera es el excedente bruto a pesar de que en La Fortuna y Monteverde el promedio es el doble que en San José; pero en el interior de cada localidad existe una gran dispersión respecto a esta variable.<sup>45</sup> En efecto, existe un caso donde el excedente es de catorce mil dólares mientras en el extremo opuesto encontramos otro deficitario con mil dólares de pérdida. Segundo, se estaría ante establecimientos de no muy larga data. Contrastando este dato con el de experiencia laboral del cuadro anterior, que tampoco arroja diferencias significativas, se insinúa que deben existir trayectorias laborales, no muy prolongadas, en el interior del ámbito turístico. En este sentido, se puede pensar que se pasó de una situación de dependencia salarial a la autonomización como propietario(a). Finalmente, más de la mitad de los establecimientos de ambos universos perciben que la competencia la sufren de unidades similares.<sup>46</sup> De ser

44. Obviamos el número de remunerados que debe ser interpretado en relación con el número de trabajadores que sí resulta ser una variable con diferencia estadísticamente significativa.

45. Respecto al estadístico t. que es la prueba de hipótesis utilizada, hay que recordar que varianzas grandes y muestras pequeñas tienden a que la hipótesis nula no se pueda rechazar.

46. Este tipo de competencia se abordará, más adelante, relacionándolo con el tema de la cooperación

Cuadro 2.3

**TURISMO: PERFIL DE ESTABLECIMIENTOS  
POR LOCALIDAD**

VARIABLES	San José (n = 50)	La Fortuna y Monteverde (n=50)	Total (n=100)	p < *
LOCALIZACIÓN (%)				.001
-en la vivienda	58.0	24.0	41.0	
-en local propio	28.0	62.0	45.0	
-otra parte	14.0	14.0	14.0	
NÚMERO DE TRABAJADORES (promedio)	3.2	5.1	4.2	.034
NÚMERO DE REMUNERADOS (promedio)	2.6	4.1	3.4	.110
CONTABILIDAD (%)	50.0	86.0	68.0	.000
EXCEDENTE BRUTO (promedio mensual en us dólares)	1.190.6	2.047.7	1.624.2	.130
ANTIGÜEDAD (promedio en años)	5.4	5.5	5.5	.920
PROMOCIÓN (%)				.000
-A través de prensa	18.1	4.1	11.1	
-informal	45.9	51.0	48.5	
-otros	16.0	28.6	22.2	
-no se promociona	20.0	16.3	18.2	
OBTENCIÓN DE CLIENTELA (%)				.000
-agencias de viaje	10.0	20.4	15.2	
-informal	70.0	40.8	55.5	
-otros	20.0	38.8	29.3	
TIPO DE COMPETENCIA (%)				.298
-establee, grandes	16.7	8.0	12.2	
-establee, pequeños	47.9	66.0	57.1	
-otros	12.5	8.0	10.2	
-no tiene competencia	22.9	18.0	20.4	

a. Prueba t para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalo.

Fuente: Encuesta realizada.

correcta esta percepción, esto insinuaría que los pequeños establecimientos constituyen un segmento del mercado diferenciado de los grandes establecimientos. Este fenómeno parecería corresponder al tipo de cliente que capta la microempresa turística, como se mencionó en el apartado precedente, y que insinúa ser distinto al que utiliza empresas más grandes. En efecto, los informantes claves en San José señalan a turistas "mochileros" y a estudiantes extranjeros, fundamentalmente estadounidenses, como los principales clientes. Igualmente, en La Fortuna y Monteverde se identifica el mismo perfil y, por supuesto, las motivaciones se inscriben dentro del denominado "turismo ecológico." Respecto a esta dimensión de la competencia, hay que resaltar que en un quinto de los casos, los entrevistados se sienten en control de cierto nicho en el mercado y no perciben competencia alguna.

Si bien la competencia por parte de grandes empresas no tiene mayor incidencia, esta es más importante en el universo josefino, como era de esperar. En el otro universo, y en concreto en La Fortuna, es interesante la visión que se tiene de la gran empresa hotelera que opera en esta en la zona: el Complejo Tabacón. Este no es percibido en términos negativos por los pequeños empresarios fortuneños, sino más bien como un atractivo que estimula la visita a la zona. Así, un informante señala que:

"... Tabacón aunque es una gran empresa, a nosotros nos beneficia montones. La gente que viene a La Fortuna no cabe en Tabacón (...) el hotel tiene pocas habitaciones, tiene como cuarenta, así que... (...) Ellos traen su gente, desde el Hotel Presidente a Tabacón, ellos saben que si Tabacón no tiene campo ellos están colocando gente en Hotel Villa Fortuna, en Hotel San Bosco, en Hotel Las Colinas, en todo lado están colocando gente, más bien "Tabacón" apoya el desarrollo turístico de La Fortuna."

Hay quienes, sin embargo, señalan que muchas excursiones viajan desde San José hasta el Volcán, pasando por Tabacón, pero sin detenerse en La Fortuna. En este sentido, debe aclararse que el Complejo Tabacón incluye instalaciones con piscinas de aguas ter-

males y hace menos de un año, también un hotel de unas cuarenta habitaciones. Frente al complejo hay una pequeña finca, llamada "Tabaconcito", que también es atravesada por aguas termales y cuya tarifa es casi la quinta parte de la cobrada por Tabacón. Sin embargo, "Tabaconcito" es propiedad de los dueños del complejo, lo cual algunos fortuneños visualizan como actividad monopólica.

En cuanto al universo josefino hay testimonios que secundan a los datos estadísticos puesto que resaltan la especificidad del segmento del mercado ocupado. Así, "...es que realmente el servicio que nosotras ofrecemos es único. No creo que tengamos competencia." O, en el mismo sentido: "...mire la verdad es que no sabría decirle... la gran empresa no, porque ofrece otro servicio totalmente. La verdad es que ellos compiten entre ellos, no tienen algo así como una competencia externa porque su servicio es muy particular."

No obstante, un señalamiento preocupante de algunos de los propietarios informantes, es la reciente adquisición, por parte de las grandes cadenas hoteleras, de establecimientos pequeños y medianos con el objetivo de incluir en su oferta, además de sus hoteles de lujo, hoteles "más familiares". En el mismo sentido AMIGAM ha pedido a CANATUR vigilar el comportamiento de las tarifas de los grandes establecimientos durante la temporada baja. Y ya que se menciona a la principal entidad gremial turística del país, es interesante explicitar su opinión entre esta interrelación entre establecimientos de distinto tamaño. Así se ha expresado una representante de esta cámara:

"Nosotros hemos tenido algunas diferencias con las **ONG** en el principio filosófico de lo que debe ser la microempresa turística, enfocada hacia el desarrollo turístico: no para estar metido en turismo uno tiene que tener un hotel o una habitación, u ofrecer servicios de hospedaje y alojamiento, probablemente uno lo que debería hacer es profesionalizarse en la actividad en que funciona. Se lo pongo así, tal vez un ejemplo para que se entienda lo que quiero decir: una pulpería en una zona que se está transformando hacia un desarrollo turístico, entonces tratemos de enseñarle a aquel dueño, a aquel pulpero, a que de pulpería pase a mini-mercado, un supermercadito; lo que vos querrás, es seguir en la misma actividad un poco más profesional, ojalá que no le

perdás inclusive el sabor de la pulpería, para recoger todas las tradiciones y costumbres, un poco de nuestra manera de ser, pero bueno, especializarlo en eso. No hagas que el pobre señor cierre su pulpería y se embarque poniendo un restaurante o una soda, o todavía más complicado: que agarre su casa y si le sobran dos cuartos, los acondicione para brindar hospedaje, porque probablemente va a haber un fracaso grande. La industria turística es una industria de largo plazo, no es una cuestión que uno invierte hoy para recoger los frutos mañana, hay que tener mucha paciencia e insisto, es muy sacrificada, porque la actividad es rentable cuando todos los otros sectores productivos están de vacaciones, entonces es totalmente al revés: en Semana Santa es cuando más produce, en Año Nuevo es cuando más produce; depende mucho de una estacionalidad, hay temporada alta y temporada baja. Entonces, requiere una serie de conocimientos, de manejo de algunas cosas para realmente desarrollar una actividad muy profesional."

Preguntándole si los pequeños establecimientos deberían, entonces, tener una función complementaria, continúa su argumentación en términos de:

"....por supuesto, y son super indispensables. (...) Vea Jaco: la comunidad se desarrolla alrededor de un gran hotel, y ahí empieza el florecimiento de otra oferta hotelera, pero usted va a Jaco y encuentra farmacia, venden granizados, alquiler de motos, de bicicletas, de lo que se te ocurra, y ¿qué pasa si la actividad turística muere en esa zona? Todos esos negocios van a cerrar. Más aún, nos decía la gente de Jaco Beach que ellos han servido de gran centro de formador y capacitador de microempresarios, porque es ahí en sus instalaciones donde se forman los cocineros, saloneros, que después salen y ponen su sodita, su restaurancito. Así que el turista no viene solo a dormir y a una habitación, el turista viene a demandar una serie de servicios complementarios fundamentales."

Retornando a este mismo cuadro 2.3 y tomando en cuenta las dimensiones respecto de las cuales sí se detectan diferencias significativas, se puede decir que el universo josefino refleja un establecimiento que, predominantemente, está localizado en la propia vivienda del(de la) microempresario(a), que utiliza menos mano de obra y que no siempre lleva algún tipo de contabilidad formal.<sup>47</sup> Este perfil refleja, de nuevo el peso de Tur Casa, donde el alojamiento se ubica en casas particulares que al implicar pocos cuartos necesita, por consiguiente, de poca contratación de mano de obra y que al resultar una actividad, relativamente simple, no implica la necesidad ineludible de llevar cuentas en un sentido formal. Además, hay que mencionar que, en la casi totalidad de los casos, el ingreso por esta actividad juega un papel de complemento en la economía familiar.

Respecto a la dimensión de la fuerza laboral, hay otros elementos que no se reflejan en este cuadro y que resultan ser -en gran medida- comunes a ambos universos con ciertos matices específicos. Así, la cobertura geográfica del mercado laboral, en el caso josefino, es la de la propia Área Metropolitana y, en las otras dos localidades, los respectivos ámbitos comunitarios. Como elemento novedoso se menciona, en ambos casos, la incorporación de mano de obra nicaragüense, específicamente en los establecimientos hoteleros y en labores de limpieza.<sup>48</sup> En San José no hay opiniones claras acerca de si hay escasez o sobreabundancia de mano de obra. En cambio hay consenso en expresar que la capacitación de la mano de obra deja que desear. Las causas apuntan hacia la incorporación masiva de trabajadores, sin la suficiente preparación, con el "boom" turístico; y, en este sentido, se critica la mala preparación de las carreras de turismo impartidas por las universidades privadas. Pero, los informantes plantean el problema en términos más bien de "mística" que de capacitación formal. Así, se argumenta que:

"...lo que se requiere es espíritu de atención. Se necesita amabilidad y cortesía, y eso no se aprende de viejo, eso se trae de

47. Se ha considerado que existe tal tipo de contabilidad cuando se utiliza un cuaderno contable o se contrata servicios contables.

48. En el caso de La Fortuna se menciona también mano de obra proveniente de Limón

familia. (...) En mi caso, creo que me ha ido bien en esto porque a mí me gusta mucho conversar, yo soy un buen conversador y al huésped eso le gusta: que le hable, le converse, aunque sea en mi inglés macheteado." Y, en el mismo sentido; "...lo primero, lo más importante, es tenerle amor al país, porque si no le tienes amor al país y a lo que en él conoces (...) Porque Costa Rica es un país muy cálido para la gente, el costarricense es una persona muy pacifista, con mucho deseo de colaboración, todo esto hace que uno ame al país. Desde el momento en que uno ama al país y quiere montar un pequeño negocio para enseñar y ofrecer todas las bellezas que uno conoció. Esa es una de las cosas que a uno lo hace participar en este negocio. (...) También uno debe desear conocer culturas diferentes."

Es importante referirse a la participación de los jóvenes ya que el turismo es una actividad que no remunera mal y además tiene el atractivo de encuentro con gente de otras latitudes del globo. En este sentido es revelador el testimonio de un informante de Monteverde que se expresa en los siguientes términos:

"...yo creo que están interesados en el modelo que se genera alrededor del turismo. No es en sí, la economía del turismo. El joven, y no es una cuestión estrictamente por el turismo, sino que usted sabe que el joven está influenciado por la televisión y otro montón de cosas. El joven definitivamente no quiere quedarse fuera de la economía y del fenómeno cultural del turismo porque es muy interesante toda esa comunicación intercultural que se da, el simple hecho de aprender otro idioma y por supuesto también por el asunto meramente económico, de la independencia económica. Entonces si aquí hay jóvenes que no están trabajando en turismo es o porque tienen sus limitaciones de capacitación o porque todavía tienen una influencia un poquito fuerte de sus raíces -y porque están ligados a la tierra, porque pertenecen a una familia que depende todavía de la tierra- si no, si tuvieran la oportunidad, preferirían mil veces ser o un guía o un "bartender" o un asistente de un restaurante, cualquier negocio que tenga que ver."

Hay que recordar que tanto en Monteverde como en La Fortuna existen colegios técnicos con especialización en turismo. Pero, en este último caso, algunos informantes han señalado que las orientaciones de los profesores siguen siendo tradicionales incentivando las actividades agrícolas sobre la turística:

"los profesores no quieren darle énfasis al turismo, lo consideran como que es un intruso en la zona (...) El Colegio tiene una carrera de turismo en la cual solo cuatro muchachos, en este momento, se están graduando (...) Los profesores hacen por todos los medios para que no se metan en turismo porque ellos se quedan sin trabajo, porque tendrían que entrar otros profesores especializados en turismo y ellos están especializados en la rama agropecuaria, entonces ellos quieren que sigan siendo agropecuario: hacer peones, peones y peones."

Regresando al cuadro en cuestión, si bien el tipo de competencia era similar en ambos universos, las otras dos dimensiones de inserción en el mercado diferencian a las dos localidades. Así, los establecimientos josefinos hacen un mayor uso de promoción en medios de prensa mientras en el otro universo se utiliza diversidad de mecanismos. No obstante, respecto a esta variable es importante resaltar que, en términos globales, casi la mitad de los casos la promoción es de tipo informal destacando la comunicación personal ("de boca aboca") y los anuncios en universidades e institutos de aprendizaje de castellano. Si a eso se añade que en casi en un quinto de los casos no se realiza promoción alguna, se reafirma lo mencionado en el diagnóstico de la microempresa turística que no existen claras estrategias de promoción. Y, respecto a la obtención de clientela, el universo josefino resalta por la utilización de los ya mencionados métodos informales. Aquí de nuevo destacan los casos de Tur Casa y las conexiones con academias de aprendizaje del castellano para extranjeros. La información de tipo cualitativo sugiere que los propietarios de menor ingreso realizan la comercialización de manera directa: visitando institutos de idiomas<sup>49</sup> o llegando al aeropuerto en el caso

49. Tur Casa tiene como objetivo la creación de un instituto de idiomas y cultura que provea clientela a las afiliadas a la vez que sirva de fuente de financiamiento para la orgfluzación.

de San José y ofreciendo hospedaje a los jóvenes que bajan de los buses en La Fortuna. Los más consolidados económicamente se relacionan con agencias de viajes, especialmente extranjeras aunque la propia CANAMET tiene una agencia que hace las veces de intermediario para los afiliados.<sup>50</sup> También la promoción en Internet, con la respectiva página *web*, comienza a desarrollarse.

Con el cuadro 2.4 se pasa a considerar los tres tipos de entorno (institucional, socio-cultural y organizativo) dentro del cual se ubican los establecimientos. Préstamo y capacitación remite al primero de los entornos. Las cuatro siguientes variables intentan reflejar las diferentes modalidades de capital social. Así, la determinación de permanecer en la actividad turística expresaría la internalización de una cultura económica propia de esta actividad con la cual la persona se identifica y define como el norte de su trayectoria laboral. Redes correspondería a la forma de reciprocidad. La percepción de amenaza de competencia externa a la localidad representaría la posibilidad de desarrollo de solidaridad confinada mientras que la disposición a aceptar críticas, respecto al desempeño del negocio, por parte de miembros de la comunidad correspondería a la modalidad de confianza exigible.<sup>51</sup> Finalmente, las dos últimas variables intentan mostrar interrelaciones formalizadas entre propietarios ya sea para realizar negocios de forma conjunta o para conseguir la defensa de intereses gremiales comunes; o sea reflejarían el impacto del entorno organizativo.

Como se refleja en ese cuadro, con la excepción de la variable referida a críticas, respecto del resto se puede hablar de un perfil común a los dos universos. Primeramente, el entorno institucional parece débil. El poco acceso al crédito muestra las dificultades, ya mencionadas al inicio de este capítulo, de financiamiento que tienen los propietarios que deben recurrir a recursos propios. Si bien esta información está referida al año en curso, 1998, los informantes claves concuerdan, para ambos universos, en señalar que el inicio del

50. Esta empresa se denomina **SERTICO** y sería la sustitua de la malograda Jade Tours.

51. La concreción de estas dos últimas modalidades debería ser menor en el universo josefino ya que se está ante una socio-territorialidad, la metropolitana, mucho más difusa que en las otras dos localidades. No obstante, puede que se haya definido un sentido de comunidad distinto de naturaleza más bien sectorial.

Cuadro 2.4

**TURISMO: ENTORNOS DEL ESTABLECIMIENTO  
POR LOCALIDAD**

Variables	San José (n=50)	La Fortuna y Monteverde (n = 50)	Total (n=100)	p < a
PRÉSTAMO (%)	10.0	22.0	16.0	.102
CAPACITACIÓN (%)	22.0	28.0	25.0	.488
PERMANENCIA (%)	64.0	80.0	72.0	.075
REDES (%)	62.0	68.0	65.0	.529
AMENAZA (%)	18.8	18.0	18.4	.924
CRÍTICAS (%)	86.0	68.0	77.0	.033
ASOCIACIÓN PARA PRODUCIR (%)	52.0	40.0	46.0	.223
AFILIACIÓN GREMIAL (%)	50.0	56.0	53.0	.548

a. Prueba chi-cuadrado.

Fuente: Encuesta realizada.

negocio se hace, primordialmente, con recursos propios. En el caso de La Fortuna y Monteverde supuso deshacerse de activos previos ligados a actividades agropecuarias. Así, para financiar el inicio de la actividad turística se tuvieron que utilizar:

"...inicialmente fondos propios, porque cambiar de actividad representa vender ganado, vender vacas, vender los equipos de lechería... para invertirlos en turismo: invertirlos en camas, invertirlos en colchones, invertirlos en equipo de hotel. Inicialmente, para comenzar, acuérdesese que nosotros hemos empezado con una, dos o tres cabinas."

El Sistema Bancario Nacional, que es de donde se obtiene el poco crédito, se critica porque:

"...el problema del crédito bancario es muchos requisitos difíciles de cumplir y se mide a los empresarios turísticos con el mismo rasero, o sea, nosotros tenemos tipos de interés, plazos y todo para el gran empresario turístico, y no tenemos incentivos como los tiene el grande."

Mencionemos también que, en el caso de La Fortuna, la Cooperativa COOCIQUE provee crédito así como, en Monteverde, Coope-Santa Elena a mujeres artesanas y Tur Casa a sus asociadas. Por el contrario, el impacto de la capacitación es mayor, pero solo un cuarto del total se ha beneficiado de ella. Relacionado con esta dimensión institucional hay que referirse a la acción estatal, especialmente, al INA y también al ICT. Se mencionó el hecho de que en la administración anterior, la del Presidente Figueres, se dio una reducción drástica de personal en la Dirección de Microempresa Turística que pasó de 19 funcionarios a dos, como indicativo del poco interés de ese gobierno por el pequeño establecimiento turístico.

En segundo lugar hay que resaltar que el capital social parece desarrollado en este escenario. La identificación con la actividad turística se muestra muy generalizada; los intercambios recíprocos también son muy frecuentes; y, parecería que hay una gran apertura a críticas. Es solo respecto a la percepción de amenaza que los niveles son menores. Este dato parece congruente con lo mencionado en el cuadro precedente, en el que se mostraba que la competencia mayor era visualizada respecto de los establecimientos pequeños que parecería se localizan al interior de los propios universos. En este sentido, por consiguiente, no se puede inferir que la solidaridad confinada pudiera tener mayor desarrollo en este escenario. Estas observaciones traen a colación la problemática de la relación entre competencia y cooperación que es fundamental en términos de dinámica económica en este tipo de contexto.

Como suele suceder en situaciones similares, las opiniones sobre la competencia suelen variar. Así, se señala que:

"...hay mucha competencia y competencia desleal. ¿Por qué? Porque yo pienso que todos debíamos tener un precio siempre que ofrezcamos algo similar, de lo que es hospedaje o alimentación, pero esto no se da entre los microempresarios hoteleros. Si un pequeño hotelero sabe que yo ofrezco una habitación, digamos un ejemplo en \$19 para dormida y desayuno, entonces ese pequeño hotelero le dice a la persona 'mire allá son \$19, pero yo se lo doy en \$15, yo se lo doy en \$14', o sea, no es leal."

Por el contrario, los hoteleros afiliados a AMIGAM señalaron que a partir de su fundación, la competencia ha descendido:

"...yo creo que desde que formamos AMIGAM, esa competencia ha mermado porque hemos descubierto que cada hotel tiene sus particularidades, cada uno es distinto del otro. Unos son un poco más baratos, otros más caros; unos tienen comedor y otros no; cada uno ofrece un servicio diferente al otro y entonces ya no sentimos que somos tanta competencia.(...) El otro día me llamó la dueña de otro hotel afiliado a AMIGAM, que tiene tarifas más bajas, y me dijo que si me llegaban clientes que quisieran pagar menos de lo que aquí cobramos se los mandara, y yo inmediatamente di la orden en recepción de que se los mandaran. ¿Ves? Ahora nos sentimos colegas."

Ahora bien, las personas consultadas también señalan que hay cooperación entre los pequeños empresarios turísticos josefinos, principalmente entre los que se dedican a una misma actividad (hospedaje, alimentación, etc.) o a nivel territorial. Así, por ejemplo, los empresarios del Paseo Colón se han organizado para mejorar la seguridad de la zona. La cooperación está centrada en ofrecer y recibir información sobre clientes. En el caso de las señoras que brindan hospedaje en su casa, se intercambian información sobre los institutos y universidades que requieren el servicio. En el caso de pequeños hoteleros, lo que predomina es enviar clientes a otro establecimiento cuando el propio está lleno. Un directivo de AMIGAM admite que la cooperación ha empezado a surgir como consecuencia del descenso de la actividad turística:

"...antes todo el mundo ganaba lo que necesitaba y más. Ahora hemos visto que tenemos problemas y hemos buscado soluciones, una de ellas es el asociacionismo."

Por su parte, en Monteverde las entrevistas evidenciaron la segmentación que existe entre las pensiones y los hoteles:

"...En un principio se hablaba en general de los empresarios turísticos, después se han venido demarcando los grandes y los pequeños, por ejemplo cuando intentaron crear la Cámara de Turismo de Monteverde, los pequeños empezaron a ver de que los grandes eran los que manejaban el asunto ahí y por último decidieron separarse y crear la UTASEM, que es la Unión Turística Autónoma de Santa Elena y Monteverde, y esos son pensiones y cabinas pequeñas."

Los propietarios de pensiones se autodefinen microempresarios y consideran a los propietarios de hoteles como "grandes empresarios."

Esta segmentación en parte se deriva de que la mayoría de hoteles son propiedad de cuáqueros, por lo que manejan un capital mayor y han logrado comercializarse incluso fuera de Costa Rica. Las pensiones, en cambio, están casi todas en manos de nacionales, pequeños propietarios. En este sentido, los propietarios de pensiones manifiestan que la colaboración con sus iguales es la tónica, pero señalan que son los hoteles los que mantienen relaciones competitivas entre sí. Un hotelero entrevistado manifestó:

"... es de "Hola ¿cómo está?" y nos vemos, nos tomamos un trago y hasta ahí. No confío en nadie, porque el mejor amigo le serrucha el piso a uno. Lo digo por experiencia. Todos nos vemos como buenos amigos y eso, pero cuando me hablan: 'mira, yo te voy a ayudar'... yo lo vi por experiencia propia."

Incluso algunos plantean que esta competencia ha afectado el desarrollo comunal de la zona:

"Todavía aquí en la economía del turismo es fundamentalmente competitiva, solo competir y eso es una de las cosas que ha afectado a la comunidad, porque aquí cuando se requiere unión llegan todos menos los empresarios turísticos. Cuando aquí hemos pedido unión para caminos, para educación, cuando aquí se dio un fenómeno de planificación de largo plazo que se llamó "Monteverde 2020" (...) fue un intento de que las instituciones planificaran en conjunto, integraran esfuerzos con una visión de futuro, y se creó toda una visión de futuro (...) cuando se dan

estos esfuerzos el sector turismo se caracteriza por su individualismo y su inmadurez. En el aspecto de caminos más o menos se arriman."

Por último hay que resaltar que también el entorno, en sentido organizativo, muestra incidencia. Así, por un lado, en la mitad de los casos se detectan experiencias de realización conjunta de actividades y, por otro, en una proporción similar, los microempresarios se encuentran organizados. Hay que recordar las experiencias organizativas que se han mencionado en el apartado precedente, con la excepción de Monteverde: Tur Casa y AMIGAM en San José y AMITUFOR en La Fortuna.

Y, para concluir, nos podemos remitir a las hipótesis formuladas en el último apartado del capítulo teórico. La evidencia empírica recabada nos verifica lo siguiente. Respecto de las hipótesis relacionadas con características socio-demográficas de los propietarios, se cumple la referida al género en tanto que en el universo más favorable, La Fortuna y Monteverde, predominan los hombres. La relacionada con el capital humano, por el contrario, no se verifica. Por un lado, es en San José donde se detecta mayor escolaridad y, por otro lado, las diferencias en términos de experiencia laboral no son significativas; además, debido a esto último no es este componente del capital humano el que tiene mayor relevancia. En cuanto al establecimiento, es la hipótesis referida a la racionalidad empresarial (o sea, en términos de contabilidad) la que se verifica de manera contundente. Menos marcado es el caso a la capacidad acumulativa expresada en el nivel de empleo. Pero, estos resultados no se reflejan en diferencias en términos de excedente bruto por lo que esta hipótesis no se cumple. Y tampoco hay verificación en términos de entorno y el universo más favorable no muestra ni mayor impacto de la dimensión institucional, ni mayor movilización de las diversas modalidades de capital social (con la excepción parcial de confianza exigíole, pero cuya direccionalidad es la opuesta) ni del aspecto organizativo formal.

Por consiguiente, el escenario del turismo tiende a mostrarse cruzado por lógicas más bien homogeneizadoras que heterogeneizadoras y no se detectan grandes contrastes entre los dos universos seleccionados.



### III

## SUBCONTRATACIÓN Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO

El segundo escenario a considerar supone una inserción mediada en el proceso globalizador a través de la subcontratación. Ambos universos seleccionados, las comunidades de Davis, La Jutosa y Quebrada Seca en Honduras y San Pedro Sacatepéquez en Guatemala, tienen que ver con este fenómeno de la subcontratación con firmas manufactureras exportadoras que se inscriben en la eclosión de la denominada industria de la maquila y la proliferación de zonas francas. Los antecedentes inmediatos, en Centroamérica, de este nuevo patrón industrializador -orientado hacia la exportación- hay que ubicarlos en los años 70. En esa década se establecieron varias zonas francas: la Zona de Libre de Industria y Comercio (ZOLIC) en Santo Tomás, Guatemala; la Zona Franca de San Bartolo en el Área Metropolitana de San Salvador; la Zona Franca de Puerto Cortés en Honduras; y la Zona Franca de Las Mercedes en Nicaragua." No obstante, este primer intento, por diversas causas, no logró consolidar un modelo alternativo y se puede decir que representó más bien una fase más, caracterizada por el crecimiento de exportaciones no tradicionales, de la evolución del modelo agro-exportador instaurado en la región desde fines del siglo pasado (Bulmer-Thomas, 1989).

No obstante, la crisis de los 80 y la aplicación de medidas de ajuste estructural han creado un marco histórico distinto del de los

52. Además, en el Área Metropolitana de San José se establecieron empresas de ensamblaje de exportaciones no tradicionales.

70. Esto se ha reflejado, en un impulso de este nuevo tipo de industria que aparece más autosostenido y con mayor incidencia. En ello ha sido fundamental la voluntad estatal con la promulgación de legislación tendiente a promover esta industrialización. Así, para el caso hondureño, el primer intento legislativo acaeció en los años 70 con el objetivo de crear y regular la ya mencionada Zona Libre de Puerto Cortés administrada estatalmente. En los años 80, este régimen ha sido revisado creándose varias zonas gestionadas de manera privada. Este es el caso de tres de los parques localizados en el área de Choloma (CHIP Choloma, INDHELVA, Parque Industrial Galaxy) así como de las zonas libres de La Ceiba, Tela y Omoa. En 1984 se emitió el decreto 85-84 sobre el Régimen de Importación Temporal con una gama menos variada de incentivos que los otorgados a la zona libre y a sus extensiones. Este esfuerzo legislativo culminó en 1987 con el decreto 37-87 sobre las denominadas Zonas Industriales de Procesamiento (**ZIP**) a las que se les otorgaba numerosos beneficios. A inicios de la presente década, contabilizaban ya cinco parques: Búfalo, Choloma, Continental, San Miguel y Villanueva. En cuanto a Guatemala, hay antecedentes legales de régimen de maquila en 1966 y en 1979. En este último se hizo un intento de descentralización industrial lo que conllevó la oposición del sector empresarial agrario por sus posibles efectos sobre el nivel salarial en zonas rurales (AVANCSO, 1994). Las modificaciones a esta ley, hechas en 1982 y - sobre todo - en 1984, constituyen los inicios de creación de un marco legal para un desarrollo sostenido de la maquila en este país. Este segundo decreto (24-84) supuso la creación de un conjunto de incentivos a la maquila similar a los existentes en otros países de la región. Pero fue con el gobierno demócrata-cristiano que se comienza a implementar -de manera clara- una estrategia de industrialización exportadora. En este sentido, la selección de Guatemala por parte del gobierno coreano, debido a varios problemas en el país oriental (cuotas de importación en Estados Unidos, competencia extranjera y protestas laborales), como lugar privilegiado para la reubicación de su industria de confección en América Latina ha supuesto un gran impulso al desarrollo de la maquila (Petersen, 1992). Es en 1989, con el mencionado decreto 28-89, el cual contempla cinco categorías de empresas con diferentes fórmulas exonerativas, que se promulga el

marco legal que en la actualidad rige. Esta ley reproduce en lo esencial su inmediata antecesora, pero introduce dos modificaciones importantes: permite la submaquilación y flexibiliza la reglamentación en materia de inversión en maquinaria. Además, en el mismo año se promulgó la Ley de Zonas Francas (decreto 65-89) en un nuevo intento para fomentar esa modalidad de industria exportadora.

Todo este impulso se ha plasmado en un incremento importante de proliferación de empresas industriales exportadoras en ambos países. Así, en abril de 1993, las siete zonas libres, incluyendo la de Puerto Cortés, contabilizan 60 empresas mientras que las cinco Zonas Industriales de Procesamiento existentes, 26 firmas (BCH, 1993, cuadro 1). Sin embargo, Pérez y Várela (1995: 17-18) apuntan la existencia, en 1994, de 175 firmas a las que añadir 70 de las 328 acogidas al régimen de importación temporal que pueden ser consideradas como maquilas. En cuanto a Guatemala, datos de origen privado, en concreto de la Gremial de Exportadores No Tradicionales (GEXPRONT), muestran un crecimiento de 41 empresas en 1986 a 400, seis años más tarde acogidas a la legislación sobre maquilas. En este mismo sentido, el crecimiento de firmas foráneas, donde las coreanas ocupan un lugar fundamental, ha sido espectacular: de apenas una en 1986 a 82 en 1992.

Esta es la dinámica globalizadora en la cual se inscriben los universos seleccionados que se analizan en el presente capítulo abordándolos, en primer lugar, como contextos y comparándolos, en segundo lugar, a base de los resultados de la encuesta aplicada.

#### **QUEBRADA SECA, LA JUTOSA Y DAVIS Y SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ**

Las tres comunidades hondureñas, que han configurado el universo hondureño, se localizan en el municipio de Choloma, departamento de Cortés. Este municipio se ubica en el Valle de Sula, en la Zona Norte, en el corredor de desarrollo del país. Su tasa de crecimiento poblacional es alta y ya en el período intercensal 1974-88 era de 10.5% anual, superior incluso al crecimiento urbano del país

(Barahona, 1996:72). Se presume que el incremento en la actividad maquiladora ha impulsado en los últimos años aún mayores tasas de crecimiento demográfico. El departamento de Cortés en 1990 tenía 607 industrias, que representan el 38.7% del total en Honduras. Choloma es parte de la zona de ubicación de la industria maquiladora, en vista de su estratégica localización que permite fácil y rápido acceso a Puerto Cortés y al aeropuerto internacional de San Pedro Sula. Cuenta con la infraestructura que facilita la instalación de este tipo de actividad económica (luz eléctrica, carreteras y otros medios de comunicación) y constituye lugar decretado como zona libre por lo que se han establecido varios parques industriales.<sup>53</sup> La ciudad y sus aldeas se extienden concentrándose a lo largo de la carretera que conecta San Pedro Sula con Puerto Cortés, principal puerto del país. De acuerdo con el censo de población de 1988, la población económicamente activa en Choloma estaba constituida por 22,627 personas, de las cuales el 24.5% eran mujeres y 75.5% eran hombres. Sin embargo, teniendo en cuenta que la industria maquiladora genera fundamentalmente empleo para mujeres y que esta es la principal fuente de ocupación de esta localidad, se puede presumir que esta estructura de la **PEA** se ha modificado sustancialmente. La municipalidad afirma que el índice de pobreza estimado a 1994 es de 32.7%, que es bajo con relación al encontrado en otras regiones del país. El número de viviendas para 1988 era de 11,537. Según datos del censo de 1988, el 58.2% se ubicaba en zonas urbanas y 41.8% en zonas rurales (42 aldeas). La creciente atracción migratoria del lugar ha generado la proliferación de "cuarterías" tanto urbanas como rurales. Se estima que el déficit de vivienda es elevado, a pesar de que existen varios proyectos residenciales, los cuales no resultan accesibles para la mayoría de la población. Durante 1995 la municipalidad otorgó 1,423 permisos de construcción de viviendas para lotificadoras, casas particulares, cercos, cuartos e industrias (Barahona, 1996:94).

En cuanto a servicios básicos, de acuerdo con datos de la Fundación para el Desarrollo Municipal, solamente el 26.2 % de viviendas disponen de acceso al agua potable y 76.4% con adecuada

53. En concreto han sido tres zonas industriales de procesamiento (ziP Choloma, ZIP San Miguel e Inmobiliaria Hondurena del Valle); además de dos extensiones de zona libre (Galaxy y Choloma Park Industrial).

disposición de excretas. La Dirección General de Urbanismo, en una encuesta en 6,157 viviendas, calificó que el 72.4% de estas proveían condiciones de hacinamiento a sus moradores. Es evidente que Choloma no ha estado suficientemente preparada para asumir la creciente carga poblacional que provoca serios desequilibrios entre los recursos, la calidad de vivienda, los espacios y las necesidades de la población. En cuanto a educación, según datos del Censo, el analfabetismo alcanzaba un 28.6%, con proporciones similares para ambos sexos. Existen 78 escuelas, 21 de las cuales son urbanas. En la ciudad hay 3 institutos de nivel medio (uno público y dos privados), que ofrecen estudios a nivel de ciclo común de cultura general y el público ofrece también educación comercial y bachillerato industrial.

Las tres comunidades seleccionadas (Quebrada Seca, La Jutosa y Davis) cuentan con acceso por carretera tanto en invierno como en verano, disponen de centro comunal, centro de salud, escuela, preescolar y acceso a centros de educación secundaria de Choloma.

En cuanto al universo guatemalteco, San Pedro Sacatepéquez es la cabecera del municipio del mismo nombre, perteneciente a la jurisdicción del departamento de Guatemala, en el área central del país. Se ubica a unos 25 kilómetros del centro de la capital, pero debido al crecimiento del área metropolitana (la conurbación termina en el kilómetro 18) está apenas a siete kilómetros. Se accede por una carretera con mucho tránsito de camiones pesados, comerciales, autobuses urbanos y extraurbanos. Esta vía es una prolongación de la Calzada San Juan, al nor-occidente de la ciudad, atravesando un área industrial con asentamientos populares. Desde donde termina la calzada San Juan hasta San Pedro, se puede encontrar por lo menos unas seis grandes plantas maquiladoras, además de una concentración de bodegas e industrias (Planta Mixco Norte), otras fábricas (de materiales de construcción, de calzado), ferreterías y una variedad de locales comerciales. Debido a la saturación del tránsito que viene desde toda el área nor-occidental de la ciudad, actualmente se construye un paso- puente a desnivel, al inicio de la Calzada San Juan para mejorar el fluido. La carretera a San Pedro se encuentra en buen estado actualmente, ya que gran parte de las carreteras y calles de la ciudad son objeto de "recapeados" constantes. El asfalto se prolonga hasta San Juan Sacatepéquez, pero al resto de municipios los caminos

son malos o de terracería, como es el caso de San Raimundo, Chuarrancho y Santo Domingo Xenacoj, lugares con los cuales San Pedro mantiene mucha relación comercial.

El lugar donde se asienta el pueblo de San Pedro era conocido por los kaqchiqueles como Ucubil debido a su elevación al pie de un alto cerro. Hay varias referencias al mismo en crónicas coloniales; así, las primeras datan de inicios del siglo xvii. Se supone que el municipio se constituyó como tal en 1,769 cuando vecinos del lugar compraron a la Corona 422 caballerías más una legua de ejidos. En 1899 se segregó Chuarrancho que pasó a formar parte de San Raimundo, constituido más tarde en municipio. En 1932 se hizo el deslinde con San Juan Sacatepéquez y cinco después se le anexó a San Pedro la aldea Buena Vista. En 1909 se introdujo el sistema de agua potable y cuarenta años después el servicio de correos y telégrafos. A partir de la década de los 60 cuenta con un puesto de salud, servicio de energía eléctrica, escuela urbana mixta de nivel primario y un instituto de nivel secundario. La feria titular se celebra durante los tres días de carnaval por lo que no tiene fecha fija. El municipio cuenta con un pueblo (dividido en cuatro zonas correspondientes a antiguos caseríos anexados), tres aldeas (Buena Vista, Chillaní y Vista Hermosa) y nueve caseríos (Gall, 1983).

Los datos del último censo oficial, de 1994, mencionan una población de 21,009 habitantes, de los cuales el 41.7% se concentraba en su área urbana. El 88% de la población de este municipio se declara indígena de origen kakchiquel. Esos mismos datos muestran que la mitad de la **PEA** del municipio se emplea en la rama manufacturera y un quinto en la de comercio. Por el contrario la actividad agrícola ocupa menos de un diez por ciento de la fuerza de trabajo. De hecho, hace mucho tiempo ya que esta actividad dejó de ser una opción ocupacional importante. Las personas entrevistadas ni siquiera pueden ubicar esa fecha. Sus padres ya eran personas ocupadas en otras ramas y no en la agricultura como ocupación principal. Algunos dicen que, tal vez, sus abuelos fueron campesinos pero combinando esta actividad con el comercio. Es decir, van ya unas tres generaciones en donde la agricultura no es la actividad principal. Los entrevistados pertenecen a una generación de confeccionadores (productores textiles), sus padres eran más que todo comerciantes, y sus hijos (de estos

entrevistados), jóvenes de veinte años, son defensores de la maquila y ha sido, en función de esa actividad, que han estudiado algunas carreras universitarias como ingeniería industrial o administración de empresas.

Abordando ya el origen de la actividad de subcontratación, en el caso del universo hondureño hay que mencionar que las productoras de las tres comunidades trabajan para una misma empresa que inició operaciones en 1979, acogida al Régimen de Zona Libre que es el que existía en el país por esas fechas. Se trata de una empresa de capital mixto, estadounidense y hondureño, dedicada a la manufactura de pelotas de béisbol para el mercado estadounidense. En sus inicios, toda la producción se realizaba en una sola planta. Se pagaba a destajo pero con precio unitario constante, indistintamente de la cantidad producida. Posteriormente, se establecieron tablas de salarios en procura de maximizar la producción. En esta primera etapa se reporta un clima tenso en las relaciones entre trabajadoras y supervisoras. La respuesta de la empresa a ese antagonismo creciente fue la deslocalización de la fase de cosido en centros de algunas aldeas; entre ellas dos de las consideradas en el presente estudio: La Jutosa y Quebrada Seca. Inicialmente la subcontratación la realizó directamente la empresa, pero trabajadoras de varias comunidades lograron formar un sindicato que existió por, aproximadamente, cuatro años. La empresa consiguió desactivarlo ofreciendo incentivos para que las trabajadoras renunciaran y en un período de seis meses despidieron a todas otorgándoles las prestaciones. Esto ocurrió a inicios de la presente década y la empresa buscó nuevas comunidades, a la vez que introdujo la figura del contratista para disimular el nexo laboral. Esta persona selecciona la comunidad y debe conseguir un local que sirve como centro de distribución de materias primas y de recolección del producto. Una vez implantado en la comunidad, se da capacitación, por uno o dos meses, a las mujeres seleccionadas. En esta fase se identifica a la supervisora de la respectiva comunidad, entre las cinco trabajadoras más productivas, sobre la base de sus capacidades de mando. A esta persona, se la consideraba, al inicio, empleada de la empresa pero, actualmente, responde -de manera directa- al intermediario al cual debe lealtad.

En esta segunda fase de deslocalización productiva se insertó la comunidad de Davis que es la tercera considerada en este universo. Pero por problemas de calidad de producción con las nuevas trabajadoras, la empresa se vio obligada a retornar a las primeras comunidades por lo que La Jutosa y Quebrada Seca se vieron de nuevo involucradas en el proceso de subcontratación. En la actualidad, el proceso productivo está fragmentado en tres momentos. El primero tiene lugar en una planta ubicada en Choloma, donde se selecciona, prepara y se corta el cuero de las pelotas. El segundo momento es el referido al cosido y es el que tiene lugar en diversas comunidades a base de trabajo domiciliario, que es el objeto del presente estudio. Y, finalmente, el control por calidad y acabado se lleva a cabo en la planta localizada en Puerto Cortés desde la cual se exporta al mercado estadounidense.

Como ya se ha mencionado, en San Pedro hace ya mucho tiempo que la agricultura dejó de ser la actividad principal. Inicialmente fue el comercio el que comenzó a desplazar a la actividad ancestral de ese pueblo como expresión de la modernización que afectó a las comunidades indígenas en Guatemala.<sup>54</sup> Y fue, justamente, un comerciante el que desencadenó la "revolución manufacturera" de San Pedro Sacatepéquez. En este sentido, merece la pena recordar el testimonio de este personaje, ya retirado de la actividad económica, pero de gran reconocimiento en la comunidad, y que fue rescatado en un trabajo previo sobre esta comunidad (Pérez Sáinz y Leal, 1992: 16). Este dice así:

... Yo empecé en Guatemala en el año 1958 con una máquina así de pedal. Luego pues, viendo la necesidad en crecer pensé venir acá en San Pedro, pensando en el futuro de San Pedro, pues no me convenía quedarme en Guatemala. Un año estuve trabajando en la ciudad capital y luego pues me trasladé para acá en el año 1960. Fue cuando yo vine a poner la primera fabrica aquí en San Pedro Sacatepéquez. Por supuesto que ese entonces nadie podía

54. En efecto, como mostró Falla (1978) en su estudio clásico de San Antonio de Ilotenango en El Quiche, fueron los sectores comunitarios ligados a las actividades de comercio y transporte, los que -con el apoyo de Acción Católica- lideraron los cambios modernizadores en las comunidades.

trabajar así en máquina, tuve la necesidad de enseñar a cada uno hasta que aprendieron, hasta que formé una fábrica como de 20 personas. En ese entonces no había luz eléctrica, hubo que trabajar también en la solicitud de la luz eléctrica, en la cual pues lo logramos. Luego la nomenclatura de San Pedro que necesitaba zonas, direcciones y calles y avenidas, también se logró. Yo trabajé mucho pues en eso para que se lograra un triunfo para San Pedro, y luego pues ya cuando logramos la luz, pues pensando en que no podía yo continuar con máquinas no industriales. En lo cual pues así fue como se introdujo la máquina industrial aquí en San Pedro Sacatepéquez. Y muchas personas de los que trabajaron conmigo pues se fueron separando ya empapados de todo el asunto de lo que es la fabricación de camisas pues ya empezaron ellos por su propio lado."

En esa monografía previa se identifica varias etapas e hitos en el desarrollo de la actividad de confección en San Pedro Sacatepéquez. Así, inicialmente, desde 1960 hasta 1967, se trataba de una producción a base de una tecnología rudimentaria, en concreto máquinas de pedal. 1967 supone la introducción de la electricidad gracias al comité organizado por la persona que fue pionera en el desarrollo de la actividad de confección. De esta manera se posibilita la adquisición de máquinas eléctricas (que fue una de las principales razones para lograr el fluido energético) y se inicia una segunda etapa signada por la modernización de la maquinaria. Dentro de esta acaece el terremoto de 1976 con destrucción de viviendas y medios de trabajo. Esto supuso que en ciertos casos, por medio de préstamos, se tuviera que adquirir de nuevo maquinaria, consolidándose así el proceso de modernización que ha supuesto la utilización de máquinas eléctricas especializadas por funciones (planas, abotonadoras, ojaleadoras, "overlocks", etc.). El tercer hito es 1987 cuando inicia a operar -de manera sustantiva- en el país el sistema de maquila y comienza a generalizarse la subcontratación en San Pedro, inaugurándose así la actual etapa de desarrollo de la industria de la confección. Para 1988 se ha estimado que había en San Pedro alrededor de 200 talleres con un total de 3.000 máquinas lo que daría una idea del potencial productivo de esta comunidad (Pérez Sáinz y Leal, 1992: 17-18).

En el actual estudio, los entrevistados han enfatizado el terremoto de 1976 como un momento clave. El pueblo fue muy dañado y las máquinas utilizadas en la confección también. En la búsqueda de repararlas y *lo* comprar nuevas, aparece en la comunidad una persona que va a jugar un papel clave: el ingeniero Alvaro Colom, gerente en aquel entonces de una empresa distribuidora de máquinas de confección.<sup>55</sup> El aludido confirma:

"...conocí San Pedro en el año 65, luego en el 76, que fue cuando conocí todo un mundo de sastrería. Ellos ya confeccionaban para los almacenes de la zona 1, 18 calle, les daban tela y les pagaban por hacer la camisa por ejemplo, pero cuando yo les hacía la cuenta estaban regalando su trabajo, era una explotación..."<sup>56</sup>

Con la introducción de mejores máquinas (planas y especializadas) también se introdujo la idea de hacer del oficio tradicional de confección un negocio más rentable y así la actividad tomó más fuerza.

Como ya se ha mencionado, en Guatemala, durante toda la década de los 80, se establecieron políticas y leyes para la promoción de las exportaciones y la apertura hacia las inversiones extranjeras. Pero la promoción de la industria maquiladora, especialmente textil, no toma fuerza sino hasta fines de década, especialmente cuando en 1989 se emitió el Decreto 29-89 (tan famoso entre los maquiladores de San Pedro), el cual sigue rigiendo el sistema de maquila en el país. Colom dice que la verdadera maquila entró en 1988 pues antes el sistema era más bien de subcontratación. Él dice haberse dedicado:

"... de 1978 a 1987... a ver como ellos podían obtener un contrato exportador juntos. Fue imposible, porque los contratistas no estaban acostumbrados a tratar con 30 talleres distintos, distri-

55. Esta persona se convirtió, posteriormente, en empresario de la industria maquiladora y ha sido también gerente de **FONAPAZ** durante el gobierno de Alvaro Arzú. En la actualidad se desempeña como asesor de Villa Exportadora **S.A.**, una empresa sampedrana a la cual nos referiremos más adelante. Dada su proyección pública notoria, este es el único caso, de este universo, en que hemos revelado la identidad del informante.

56. En el primer estudio sobre San Pedro se recabó el dato que la subcontratación se inició con comerciantes chinos de la capital que vendía en sus negocios las camisas confeccionadas en San Pedro (Pérez Sáinz y Leal. 1992).

buir, controlar calidad, etc. De ahí nos dimos cuenta de que no podíamos vender un contrato sin vender primero al pueblo, mostrar a los contratistas que San Pedro era un pueblo industrial y no solo un grupo. En 1987 iniciamos eso, vender a San Pedro como una industria. Imagínese, había 11 mil máquinas de coser, un Taiwán pequeño, tocaba una puerta y allí tenía unas tres o cuatro máquinas de coser..."

Para entonces, en San Pedro solo existía un teléfono, la carretera estaba en muy mal estado, lo que implicaba la necesidad de promover el desarrollo de la infraestructura básica para que el pueblo pudiera "venderse" como tal. Esa idea se comenzó a difundir entre las autoridades locales, la Gremial de Exportadores No Tradicionales (GEXPRONT), empresarios y gobierno. Esto supuso la visita -en 1987- del entonces Presidente de la República, Vinicio Cerezo, considerada como histórica por varios de los fundadores de Villa Exportadora<sup>57</sup> y que dio lugar a que la situación del pueblo comenzara a cambiar significativamente en términos de su promoción como localidad confeccionadora. Colom menciona que:

"...como a los dos meses de su visita, una compañía que había perdido un contrato en Turquía me llamó para decirme que necesitaban 500 máquinas (...) y entonces yo les propuse San Pedro, pero preguntaron por la garantía, porque el contrato era grande y ¿cómo iban a gestar una producción entre tanta gente?"

Fue así, como el grupo de 21 sampedranos asesorados por Colom, se inició en la subcontratación. Su primer contrato fue de 200 docenas de camisas semanales, el cual fue repartido entre sus talleres individuales.

El sistema de subcontratación supone que una empresa extranjera instala una empresa representante en Guatemala ("la distribuidora" según la llaman los sampedranos) la cual fija precios, entrega la materia prima, supervisa y recibe la producción para luego empacarla y proceder a su exportación. Es importante mencionar que los contratos de producción no son escritos, son verbales y se hacen una vez que termina el anterior, y así sucesivamente. Estos pueden ser

57. Villa Exportadora **S.A.**, empresa fundada por los primeros maquiladoras de San Pedro, el erupo apoyado por Colom.

por varias semanas, pero las entregas son semanales. En San Pedro, los diferentes talleres reciben el material, elaboran, amarran en paquetes y entregan en un plazo determinado la producción. Esta entrega debe ser puntual y bajo las normas exigidas por el contratista el cual revisa y devuelve lo que no pasa la prueba. A lo largo de estos años, algunos productores de San Pedro llevan a cabo su propio control de calidad y entregan su producto empacado. Esto sucede con los que tienen contrato directo, pero también con unos pocos casos de subcontratación. En estos casos, la firma contratista instala a un auditor fijo. Un contrato directo supone una planta grande que se instala en edificio aparte, fuera de la vivienda y adecuado a ciertas normas de espacio, seguridad e instalación tecnológica. Supone también una empresa legalizada que cumple con las legislaciones laborales nacional e internacionales y con licencia de exportación. En San Pedro existen cuatro empresas de este tipo, como veremos más adelante.

Junto a este esquema de subcontratación se ha mantenido -hasta hoy día- lo que se llama "producción propia." Una parte de esta producción propia responde a contratos con fábricas, marcas y almacenes que no son parte del sistema de maquila, y otra parte verdaderamente propia o independiente donde el pequeño empresario (algunos no tan pequeños) confecciona las prendas que lanzan al mercado regional y nacional (algunas cuentan ya con su propia marca).

Un sampedrano, miembro del grupo pionero, relata que desde el principio fue así.

"...Cada quien libra sus batallas... cada quien encontró algún medio de trabajo y a través de eso se fue conectando con empresas y con otras, hasta darse a conocer. Así pasó conmigo y con M., comenzamos con una empresa, pero después M. se fue con otros. Esa empresa tuvo problemas y el supervisor hizo su propia empresa y me llamó para que fuera a trabajar con ellos. De allí me salí y fui a otra y todos hemos hecho así, hemos aprovechado un pequeño espacio para abrirnos camino, darnos a conocer."

Por su parte, uno de los productores líderes se enorgullece de haber aprendido el negocio con su padre, desde que era pequeño,

hace 35 años. Incluso le molesta que actualmente hay profesionales metidos en el negocio que poco conocen porque no tienen experiencia, solo tienen formación universitaria pero "...a la hora de que uno les pide asesoría concreta no la saben dar, sólo exigir." La tradición de la familia y del pueblo es que ha permitido que el negocio de la confección tenga éxito. Actualmente hay muchas compañías que se interesan por el trabajo de San Pedro pero en esta localidad no hay plantas maquiladoras foráneas. Este dinamismo ha supuesto que ya algunos empresarios sampedranos no trabajan en subcontratación, sino que tienen contrato directo. Estos empresarios tienen plantas con 200 a 300, personas trabajando, instaladas en San Pedro. En concreto, se trata de cuatro y nos parece muy pertinente para los propósitos de este estudio, relatar la historia de una de ellas: Villa Exportadora S.A.

Aunque este grupo se organizó en 1988 y en 1990 fundó la empresa Villa Exportadora, sus socios nunca cerraron sus talleres individuales, sino que hicieron un negocio nuevo. Según Colom es el grupo indígena industrial de mayor éxito, en el país, pues actualmente ya tienen contrato directo de exportación y su propio edificio. Uno de sus fundadores relata que desde 1978-79 buscaban, junto con Alvaro Colom, alguien que se interesara en la maquila para exportar a Estados Unidos, pero ese contrato se consiguió hasta diez años después. Nadie menciona los años de violencia y conflicto de la primera mitad de los 80; aparentemente, se pudo desarrollar la actividad de confección y comercio, aunque esa área no estuvo exenta de represión y limitaciones para la movilización. Los entrevistados vuelven a referirse solo hasta el período de gobierno de Cerezo. Se supone que, entre 1977 y 1987, se desarrolló un trabajo silencioso pero tenaz tratando de organizar al grupo, contactando autoridades y empresarios, etc. Debe suponerse que debido al aislamiento internacional en el que estaba sumido el país, las posibilidades de ampliar mercados externos eran muy limitadas. Así, los esfuerzos por la búsqueda del desarrollo del pueblo (sus servicios, la carretera, el teléfono) como la promoción de San Pedro como pueblo productor solo pudo efectuarse hasta el inicio de la apertura política y el gobierno de Cerezo.

Cuando consiguieron un primer subcontrato de maquila exportadora, dice ese fundador,

"...la compañía (contratante) organizó corte y empaque en la capital, nosotros recogíamos el material y cada quien lo hacía y llevaba a la capital, venían los furgones y lo empacaban y ellos lo exportaban, nosotros solo ensamblábamos, no teníamos nada que ver con lo que ellos hacían. Así empezamos a trabajar. Con la modalidad de sistema integrado maquiladora, así hacíamos antes."

Es importante mencionar que la empresa contratante, Van Heusen de los Estados Unidos, otorgó un crédito, en condiciones blandas, para adquirir tecnología avanzada. De esta manera, Villa Exportadora se erigió en el establecimiento sampedrano con maquinaria más moderna. Desde hace dos años, este grupo organizado se encarga de todas las funciones, incluyendo el trámite de exportación. Efectivamente, compraron un terreno y construyeron una gran bodega para instalar la fábrica concentrando las máquinas que cada socio proporcionó. En septiembre de 1997 empezaron a trabajar en esa planta e incluyeron la sala de corte y de empaque. La compañía Van Heusen, única contratista y cliente de Villa Exportadora, solamente les envía los materiales. Algunos de los socios cerraron sus talleres (ya con menor número de máquinas) o bien siguieron trabajando en ellos individualmente pero a menor ritmo. Aunque se mencionó, por los informantes claves, la existencia de 12 socios, el actual gerente de producción confirmó que recientemente se salió otro socio y solo quedan 10 bajo sociedad anónima. Son miembros de la Gremial de Exportadores, de la cual recibieron un premio recientemente como buenos exportadores, y les apoya frecuentemente con información y les vincula a servicios de capacitación.

Sin embargo, otro grupo de productores medianos y pequeños entrevistados expresó su descontento con los resultados de ese proyecto. Ellos dijeron que al principio pensaron que una asociación como Villa Exportadora sería para apoyar a todos los maquiladores de San Pedro. Por eso siguen considerando importante organizar un gremio para ayudar a todos los productores. Uno de esas personas entrevistadas manifiesta que:

"...yo estuve en el movimiento. Cuando vino ese proyecto se decía que era proyecto poblacional, pero siempre hay algunos

que se aprovechan y hacen monopolio. En aquel entonces Vinicio (Cerezo) nos visitó y eso nos ayudó mucho a promover la maquila a gran escala. Pero solo algunos entraron en lo que era Villaexport, se constituyeron en sociedad anónima y entonces allí no entró toda la gente, solo los que pudieron entrar. Yo no entré porque tenía un trabajo que entregar y cuando lo terminé ya no pude porque ya se lo habían dado a otro.... Con la sociedad anónima ya trabajaron solo a nivel de grupo ya no a nivel de comunidad, no les interesa. Por eso para mí fracasó el proyecto poblacional. Todo lo que vino fue absorbido por ese grupo (...) pero si queremos que San Pedro se desarrolle ese no es el camino."

Por su parte, Colom considera que Villa Exportadora es un caso atípico, ellos buscaron su contrato, se agruparon, fueron muy solidarios entre ellos, se consolidó un buen grupo. Aunque es una sociedad anónima, en realidad es como una cooperativa y además con mucho éxito como empresarios.

En la planta trabajan más de 300 operarios. Actualmente, producen alrededor de 1,500 docenas de camisas semanales. Exportan directamente a una sola empresa en Estados Unidos, la ya mencionada Philips Van Heusen.

"... No subcontratamos a otros, más bien tenemos más capacidad de producción, tal vez para unas 3,000 docenas. Estamos buscando nuevas compañías para trabajar en los talleres pequeños de las casas. Mientras estamos allá arriba, trabajamos poquito en nuestros talleres. Alvaro está nuevamente trabajando con nosotros para que nos den (a Villa Exportadora) unas 1,000 docenas más a la semana. Estamos contactando a la fábrica de camisas Polo, dentro de un mes tal vez empezaremos con ellos."

Colom expresa que la fábrica tiene buenas normas de seguridad, de tratamiento laboral, etc.

"...Al principio fue difícil que eso se lograra, tuvieron problemas muy serios por lo del trabajo infantil, pues ellos toda la vida han

trabajado desde niños, y no entendían las regulaciones, pero se tuvo que imponer por las normas internacionales."

También expresa su acuerdo en que las plantas maquiladoras deben respetar las normas laborales, pero está en contra de que los sindicatos hagan denuncias internacionales sobre toda la maquila, sin señalar empresas en particular. Considera que eso daña la imagen de la industria y del país.

La segunda bodega tal vez se va a construir el otro año, porque tienen mucho material importado que deben guardar. A un año de estar funcionando, la fábrica todavía necesita ajustes en la producción y en la organización. Su gerente de producción considera que, aunque tienen capacidad para más, los cambios deben irse dando poco a poco. Cortan, revisan, empaican, y tienen auditor fijo en San Pedro, de parte de Van Heusen y esta empresa, en su casa matriz en Nueva York, tiene un departamento destinado solo a Villa Exportadora.

#### SUBCONTRATACIÓN Y AGLOMERACIONES DE PEQUEÑAS EMPRESAS

Este segundo apartado procura comparar distintas dimensiones del establecimiento bajo régimen de subcontratación, en términos de los dos universos seleccionados.

El cuadro 3.1 muestra los perfiles socio-demográficos de los propietarios de estos. Como se puede observar, existen perfiles diferenciados por universo. Así, en las comunidades del municipio de Choloma hay personas de menor edad, escolaridad y experiencia laboral que los productores del universo guatemalteco. Pero, es en términos de sexo que las diferencias son las más patentes ya que en el primer caso la subcontratación es realizada únicamente por mujeres mientras en San Pedro se ha detectado solo hombres.

Esta dimensión de género merece ser explicitada en el caso del universo hondureño. Una de las principales conclusiones del estudio previo, sobre otra de las comunidades involucradas en este tipo de subcontratación, fue la reafirmación y consolidación de identidades

Cuadro 3.1

**SUBCONTRATACIÓN: PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE  
PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS  
POR LOCALIDAD**

Variables	Choloma <sup>a</sup> (n=50)	San Pedro Sacatepéquez (n=50)	Total (n=100)	p < <sup>b</sup>
SEXO (%)				.000
- Hombres	0.0	100.0	50.0	
- Mujeres	100.0	0.0	50.0	
EDAD (promedio en años)	34.2	38.8	36.5	.026
ESCOLARIDAD (promedio en años)	3.0	7.8	5.4	.000
EXPERIENCIA LABORAL (promedio en años)	6.4	17.3	11.9	.000

a. Quebrada Seca, La Jutosa y la Davis.

b. Prueba t para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalo.

Fuente: Encuesta realizada.

tradicionales de género que puede ser generalizada al presente universo. Las razones de orden familiar han sido determinantes en términos de movilidad laboral, en la aceptación y búsqueda de este empleo; e, igualmente, tales factores inciden de manera importante en la valoración de la presente ocupación. No hay que olvidar que el atributo más importante de esta fuerza laboral es su edad, en el sentido de encontrarse en el momento procreativo de sus ciclos vital y familiar. En este sentido, poder trabajar en el propio hogar para atender tareas domésticas, especialmente la crianza de hijos, resulta fundamental para entender la lógica del fenómeno indagado. Y, esta percepción se ve reforzada por las valoraciones que se desarrollan en el seno de la propia familia, por parte de esposos o compañeros, y de la propia comunidad en términos de control social de las mujeres maduras. Este imaginario predominante resulta muy funcional a la estrategia de control de fuerza de trabajo que despliega la empresa subcontratante. Es decir, se podría hablar de un triángulo armonioso

entre las propias mujeres, sus respectivos cónyuges (y, por extensión el resto de la comunidad) y la empresa donde lo que se reafirma no son identidades laborales sino de género de factura tradicional. No obstante, esta imagen de armonía es relativa. Las aspiraciones laborales de las mujeres muestran que, si bien hay cierta resignación, en la mayoría de los casos este tipo de empleo no orienta, en absoluto, las trayectorias ocupacionales de las trabajadoras. Solo la precariedad de sus existencias las conmina a permanecer en el trabajo domiciliario de este tipo de subcontratación (Pérez Sáinz, 1996).

Con el cuadro 3.2 se pasa a analizar características propias de los establecimientos. La parte superior, como ya se mencionó en el capítulo precedente, contiene variables comparables con los otros escenarios. Respecto a este conjunto de dimensiones, también hay perfiles diferenciados por universo. Así, San Pedro se muestra como un universo donde la actividad se realiza menos en la propia vivienda; tiene un mayor número de trabajadores, tanto en términos totales como de porcentaje de remunerados; un uso generalizado de contabilidad formal; y el excedente bruto generado es mucho más elevado. Es necesario precisar que las diferencias en términos de contabilidad se pueden explicar por el tipo de subcontratación al que se encuentran sometidas las trabajadoras hondureñas, que implica que la única contabilidad es la del número de pelotas que cosen, al contrario del caso guatemalteco. Pero, resulta evidente que las potencialidades de acumulación y evolución hacia establecimientos de naturaleza empresarial no existen, en absoluto, en las comunidades hondureñas.

Respecto a la dimensión de fuerza de trabajo, hay que señalar que, en el universo hondureño, la mano de obra subcontratada son mujeres pero que suelen ser apoyadas por otros miembros del hogar: niños y niñas principalmente y, en menor medida, por hombres y mujeres de cualquier edad. No obstante, el trabajo de acabado lo realiza la mujer bajo subcontrato, quien es finalmente la responsable ante la supervisora del centro local en la comunidad. Las mujeres identifican más la actividad para ellas que para hombres:

"...Hay hombres que han aprendido y que ayudan a sus mujeres cuando estos no tienen trabajo."

Cuadro 3.2

**SUBCONTRATACIÓN: PERFIL DE ESTABLECIMIENTO  
POR LOCALIDAD**

Variables	Choloma <sup>a</sup> (n = 50)	San Pedro Sacatepéquez (n=50)	Total (n=100)	p<>
LOCALIZACIÓN (%)				.000
- en la vivienda	100.0	74.0	87.0	
- en local propio	0.0	26.0	13.0	
NÚMERO DE TRABAJADORES (promedio)	2.0	15.1	8.6	.XX)
NÚMERO DE REMUNERADOS (promedio)	0.7	15.1	7.9	.000
CONTABILIDAD (%)	0.0	54.0	27.0	.000
EXCEDENTE BRUTO (promedio mensual en US dólares)	23.7	445.9	211.3	.002
AÑOS DE TRABAJAR EN SUBCONTRATACIÓN (promedio)	6.4	7.3	6.9	.347
PORCENTAJE DE LA SUBCONTRATACIÓN				
- todo	100.0	60.0	80.0	.000
- menos	0.0	40.0	20.0	
OBTENCIÓN DE SUBCONTRATOS (%)				...
redes	38.0	41.7	39.8	
e buscaron	$\frac{ij}{n}$ 2.0	6.3	14.3	
iniciativa propia	40.0	50.0	44.9	
otro	0.0	2.1	1.0	
APOYO DE SUBCONTRATANTE				
-en crédito (%)	24.0	8.0	16.0	.029
- en capacitación (%)	54.0	8.0	35.0	.000
- en administración (%)	0.0	6.0	3.0	.079
- en organización del trabajo (%)	10.0	12.0	11.0	.749

Sigue.

...viene

Variables	Choloma <sup>a</sup> (n = 50)	San Pedro Sacatepéquez (n = 50)	Total 0i=100)	p < <sup>b</sup>
ABANDONO POR SUBCON- TRATANTE(%)	42.0	24.0	38.0.	.000
ABANDONO DEL SUBCON- TRATANTE(%)	78.0	70.0	74.0	.362
OTRAS OPCIONES (%)				(.XX)
-no trabajará más	41.9	0.0	20.7	
-otro subcontrato	9.3	18.2	13.8	
-otro trabajo	48.8	81.8	65.5	

a. Quebrada Seca, La Jutosa y la Davis

b. Prueba t para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalo

Fuente: Encuesta realizada.

Inicialmente el oficio se aprende cuando el contratista ubica su centro en la comunidad y todas las personas interesadas, independientemente de su sexo y edad, participan en ese proceso de capacitación. De estas seleccionan a quienes ejecutan la labor con mejor calidad, otorgándoles un subcontrato como ya se ha mencionado. La cantidad de pelotas que asumen bajo este está más en función del número y edades de las personas que conforman la familia y sus posibilidades de ubicarse en otros trabajos. Pero, también los propios hogares, con la mujer cosiendo, son espacios de aprendizaje. Así, una de las productoras ha manifestado que:

"... mis hijas más pequeñas cuando me miraban trabajar se ponían solitas y así aprendieron, ahora les gusta más trabajar en las fábricas."

Los varones mientras están en la edad escolar ayudan bastante a sus madres, quienes a cambio les dan cada día de pago (semanal), entre 5 a 20 lempiras. A medida que crecen dejan de participar en la actividad ya que:

"... a los varones poco les gusta este trabajo."

Los hombres adultos que realizan esta actividad lo hacen por dos razones: no tienen trabajo y lo asumen temporalmente o su estado de salud no les permite salir de la casa a realizar otros tipos de labores.

La disponibilidad de mano de obra se da porque resulta adecuado a las mujeres que no cuentan con condiciones para laborar en las fábricas y les resulta conveniente trabajar a domicilio. De otro lado, hay una concentración de población en la zona, atraída por el empleo en la maquila, que, como sabemos, se restringe a la contratación de mano de obra de mujeres y hombres jóvenes. Se encuentran testimonios como:

"... una solo se conforma que haya trabajo, lo demás qué vamos a hacer."

O, "... si yo no tuviera estos cipotes, yo ya me hubiera ido a trabajar en la maquila, pero ¿con quién los voy a dejar?"

Se estimula el que haya pocas subcontratadas animándolas a buscar a otras mujeres o niños a quienes a su vez, les pagan por la elaboración de las pelotas al mismo precio en que les son pagadas a ellas. El estímulo estriba en que al acumular volúmenes mayores de producción reciben un monto mayor de treceavo y catorceavo mes. De esta manera, la empresa evita el que haya un número de subcontratadas que permita la formación de sindicatos, además de ahorrarse pagos en prestaciones laborales a mayor número de personas.

Se aplican también medidas coercitivas para obligar a las mujeres a buscar ayudas para la realización de su trabajo. Si entregan volúmenes bajos de producción, les exigen que los mantengan altos o les quitan la oportunidad de trabajar en esa actividad. Anteriormente, el precio de la pelota dependía de la cantidad de pelotas producidas, actualmente el valor unitario se mantiene, independientemente de los volúmenes: 1.13 lempiras es el precio establecido por pelota. El sistema se cambió debido a las quejas de las productoras, quienes consideraban injustas las diferencias en el precio pagado por unidad. Los atractivos laborales para el ejercicio de esta actividad, además de la posibilidad de generar ingresos permaneciendo en sus casas, son el reconocimiento de antigüedad, el que se les den prestaciones,

pagadas anualmente. Pero, también existen sanciones. Así, una de las productoras confesó:

".. .yo soy de las que anduve en el CODEH (Comisión de Derechos Humanos), me castigaron una semana, pero tuve que volver porque el compañero no se daba abasto para sostener la familia, necesitamos de este dinero."

La cantidad de pelotas asignadas depende también de la simpatía con el contratista y la supervisora. Como se ha dicho, la relación laboral se ve enajenada por la intermediación del contratista. Ellas no saben con certeza de quién son trabajadoras y si tienen o no derechos laborales, si su relación con la empresa está legalizada.<sup>58</sup>

En cuanto a San Pedro hay que mencionar, en primer lugar, que los operarios de las fábricas y talleres son de ambos sexos, con predominio de las mujeres. También prevalece la población joven, siendo 16 años la edad mínima para colocar a una persona a trabajar en una máquina. El requisito que se pide es saber operar las máquinas básicas y poder leer y escribir. En otras funciones, tales como las de revisión o empaque, se ubica a gente mayor. La mayoría de operarios tienen cursados algunos grados de primaria. La gran parte de la mano de obra es del mismo lugar pero también proviene de municipios vecinos como San Juan Sacatepéquez, Santo Domingo Xenacoj y San Raimundo, que se desplaza todos los días ida y vuelta a San Pedro. El interés de estos jóvenes para trabajar en los talleres maquiladores es que es un empleo cerca de su casa, devengan salarios parecidos a los que ganaría un perito contador en la capital cuando comienza (800 quetzales quincenales). Aunque se paga por quincena, la remuneración es "a destajo" o por volumen de producción. En realidad hay escasez de mano de obra en San Pedro debido a la competencia local abundante, por eso viene gente de las comunidades cercanas. Además,

58. Un ejemplo de ello es el caso de una señora ya mayor, quien viéndose aquejada de problemas en la vista, le manifestó al contratista su deseo de dejar de laborar y que se le dieran prestaciones. El hombre la llevó a un oftalmólogo, quien certificó daños visuales incapacitantes para continuar con la labor, a partir de lo cual le dieron 5,000 lempiras a la señora, a manera de prestaciones, lo cual ella considera como un favor del subcontratista. más que como la aceptación por parte de la empresa de un derecho laboral.

existe una alta rotación de mano de obra que circula entre los diferentes talleres y fábricas tanto de San Pedro, como en las maquilas de la entrada a la capital. Esta rotación se debe a que no todos los operarios se logran adaptar a la fabricación de un estilo de prenda, o bien porque buscan condiciones laborales mejores. La gran mayoría de talleres medianos y pequeños de San Pedro están ubicados dentro de edificaciones cerradas y estrechas. Son pocos los subcontratistas que tienen su taller aparte del local de la vivienda, como han mostrado los datos de la encuesta, pero aun así las edificaciones son del tipo vivienda y no de fábrica. Se puede adivinar que detrás de una pared hay un taller por el ruido de las máquinas, o cuando ve salir al medio día una larga fila de jóvenes. Otra razón de la alta rotación de mano de obra, dice uno de los productores más exitosos, es que se aburren de un taller y se van a otro:

"...algunos operarios duran solo una semana o una quincena, otros un par de días, y pocos son los que se quedan por meses y años en un solo taller."

Sin embargo, su lugar es sustituido por otros casi automáticamente. Se sabe que en San Pedro hay trabajo suficiente.

En cuanto a la división del trabajo, cuando no había entrado la maquila, los talleres se organizaban de manera que cada operario elaboraba el producto completo. O sea, la división del trabajo era pretaylorista. Con el sistema de subcontratación, desde hace unos diez años, los talleres se comenzaron a organizar bajo el sistema en línea; es decir, por operaciones de naturaleza taylorista. Pero, en la actualidad, hay establecimientos que han introducido el sistema modular de inspiración postaylorista. No obstante, la mayoría de talleres utiliza el sistema en línea donde cada persona se dedica a una sola tarea de una operación.<sup>59</sup> En una fábrica de contrato directo, para cada conjunto de operaciones hay un supervisor y un ayudante que tienen 25 personas a su cargo. Además, hay funciones de supervisión

59. Por ejemplo la operación "cuellos" se divide en cinco tareas: hacer costura de la orilla, respunte de adentro, voltear el cuello, sobrecostura de afuera y pegar la banda con el cuello. Cada una de esas tareas para cada persona dura unos 15 segundos.

de producción y de calidad en cada grupo, asistidos por ayudantes en cada operación. Con el producto elaborado (camisa terminada, por ejemplo) sigue al departamento de empaque (antes del empaque está el auditor de la empresa contratista). Si la producción tiene 98% de calidad pasa a empaque. Este auditor prepara entonces toda la papelería acerca de qué errores encontró y su visto bueno. Igual que en la fábrica grande, en un taller mediano se aplica el mismo sistema: distribución en fila de operarios según el conjunto de operaciones y cuando una operación termina se van pasando por bultos las prendas a la siguiente operación. Y aquí es donde los promotores del sistema modular argumentan que se pierde el control del tiempo ocioso ya que si un grupo de personas se atrasa, las siguientes también; o bien, porque dentro de un mismo grupo existen personas que demoran a otras.

Uno de los productores líderes aprendió las ventajas de este nuevo sistema en un curso en la Gremial de Exportadores y señala que:

"... actualmente muchas plantas usan sistema modular, se elimina tiempo ocioso, pero se debe incentivar mucho a la gente, hay un trato distinto, concientización a la gente, aprovecharla más. Esto obliga a reestructurar todo el taller, más máquinas para no perder el tiempo, se necesita más espacio, capacitación."

Según expresa, el sistema tradicional -en línea- ya no es eficiente, la gente ya no está respondiendo. En el modular, aunque se aprovecha más a la gente, también "tiene un trato distinto, se le concientiza sobre la producción, y se le incentiva..."

La diferencia entre el sistema modular y el de línea es que las operaciones empiezan y terminan en un mismo círculo. No se coloca a la gente en fila, pasándose bulto por bulto hasta que se termina la tarea. Las máquinas se deben mover y organizar el módulo de acuerdo con la prenda que se esté elaborando. El número de personas por módulo depende de las operaciones que lleva la prenda. Por ejemplo, otro de los productores líderes señala que para hacer sus prendas actuales utiliza 23 operaciones, más todas las de empaque (despistado, ojal, empaque, etc.). En el sistema modular, una misma persona puede reunir dos operaciones, así el empaque no se sobresaatura y

puede comenzar antes, mientras se sigue produciendo. Esta persona menciona que:

"... el problema con el sistema de línea es: inventarios, pérdida de tiempo para cargar bultos, no se controla si la gente pierde tiempo.... la ventaja (con el sistema modular) es que se tiene el producto terminado diariamente, no se queda inventario o dinero circulando en el taller."

El auditor se lo recomendó, lo evaluó y entonces se decidió a hacerlo en su taller. Otro de los productores también comenzó recientemente a probar el sistema modular ya que considera que:

"... la producción del día termina, no hay inventario para el otro día ni para la siguiente semana. Con el sistema en línea, la planilla queda cincuenta por ciento en el aire, aunque la producción fue pagada, es dinero que se queda circulando en la empresa, pero no se dispone del producto."

La dificultad que deben enfrentar estos fabricantes, según lo expresaron, es la adaptación de los operarios a este sistema ya que deben tener otra visión además de mantener o mejorar el salario; es decir, se tiene que redefinir la forma de trato a los empleados. Así, en la fábrica de Villa Exportadora funciona un sistema con nueve módulos (de frentes y bolsita; de espalda; de chalequito y montadura de cuello, ojal de enfrente; de elaboración de cuello; de mangas y puños; de ensamble, el más grande con cinco operaciones; de despite; de empaque; y de corte). En realidad, es una combinación del sistema en línea y modular, porque los módulos son operaciones pero organizadas en mayor volumen. Los bultos se van pasando por cada 36 unidades de prenda. El gerente de producción dice que han mejorado, pero todavía tienen problemas de saturación en el módulo de empaque y están buscando soluciones. No les queda inventario semanal, pero sí diario, pues debe haber un colchón entre módulo y módulo. Los fundadores de Villa Exportadora ya se han capacitado, no solo en el uso de maquinaria moderna, sino también en sistemas gerenciales; incluso algunos de ellos han participado en cursos en el

extranjero, apoyados por diferentes instituciones. Uno de sus fundadores y directivos menciona que:

"... allí aprendimos como está la competencia a nivel internacional, especial para gerentes, generar cambios en las empresas para ser competitivos en el año 2000. Yo fui a recibir un seminario en la pequeña y mediana empresa y de allí nos conectamos esos otros cursos. Cambiar la forma del proceso productivo, la forma de tratar a la gente, estar listos para el nuevo milenio, estar al día."

Esta referencia a la división del trabajo remite, ineludiblemente, a la tecnología utilizada. Manteniéndonos en el universo guatemalteco, hay que señalar que para hacer una camisa, por ejemplo, se necesitan cinco máquinas diferentes con los siguientes costos (en quetzales): una plana (7,000), una botonera (15,000.), una ojaladora (35,000), una "overlock" (15,000) y un cerrador de brazos (12,000). Son máquinas japonesas que venden usualmente los coreanos de la capital. También existen otras máquinas como la multiagujas que hace diferentes trabajos como, por ejemplo, el pegado de elásticos anchos. Igualmente existen las máquinas "collareteras" que sirven para hacer el dobladillo de las mangas. "...Entre más diversas máquinas tiene, uno más posibilidades tiene de conseguir diferentes clientes" dice uno de los informantes productores. Para la confección de algunas prendas o estilos de prendas, el subcontratado debe mandar a hacer determinados "folders" que son piezas que se adaptan a la máquina en correspondencia con un detalle de la prenda. Cuanto más grande es un taller tiene más diversidad de máquinas, una sala de despite, revisión y empaque (amarre de bultos o empaque formal). Y si es una planta formal con contrato directo, debe contar con salas de corte, producción, revisión y empaque, además de bodega de materiales.

Villa Exportadora tiene el mismo tipo de máquinas, solo que multiplicado por 50 cada una. Están pensando en renovar una buena parte, para adquirir las máquinas computarizadas que se programan para una operación completa. La tecnología, liderada por Estados Unidos y Corea, ha ido cambiando más rápidamente desde hace unos siete u ocho años. Esta se va incorporando por presión del mercado por la vía de las empresas contratistas, algunas de las cuales facilitan

la maquinaria y su uso, cuyo valor se va descontando del valor de los pedidos. Este apoyo se limita a los fabricantes con contrato directo y algunos de los grandes talleres de subcontratación. El aprendizaje de las máquinas se hace en el taller, pero los operarios deben saber manejar por lo menos las planas o las "overlock". También se aprende entre un productor y otro respecto de cómo fabricar diferentes estilos. Igualmente, es posible visitar distribuidoras de maquinaria y ver su funcionamiento. Los sampedranos no ven ninguna dificultad en la incorporación de herramientas o maquinaria, pero este proceso de incorporación va ligeramente atrás de la tecnología más avanzada de la cual disponen las plantas grandes (especialmente de la capital), puesto que su capacidad de renovación debido a los costos, no es la misma. Más bien desean explotar al máximo su maquinaria y eso no siempre es así. Los líderes productores entrevistados coincidieron en señalar que tienen más capacidad de producción que los pedidos que tienen actualmente.

Uno de los líderes productores relata respecto de su grupo y de Villa Exportadora que:

"...cuando empezamos teníamos máquinas anticuadas, máquinas arregladas, reconstruidas aunque eran industriales. Con el tiempo, todas esas máquinas ya las cambiamos, compramos nueva maquinaria. Aun así, esta maquinaria ya pasó de moda. La tecnología de punta, la más avanzada que hay ahora, ya no es la que tenemos, son computarizadas. Podemos hacer las mismas camisas, pero ya no podemos competir con la nueva tecnología que es computarizada, programada. Nuestra tecnología es a medias. Siempre se debe capacitar, pero al momento de tener la máquina. Las que tenemos ahorita son tecnología japonesa, tienen distribuidor en Guatemala. Las de nosotros las han mandado de Estados Unidos sin pagar impuestos. Nosotros les hemos enseñado cómo se utilizan, nosotros aprendimos mirando, nos enseñaron en su fábrica la Van Heusen aquí en Guatemala, cómo se corta, como se hace, como se empaca, como se exporta, también nos han dado préstamos para máquinas."

Obviamente, el proceso técnico es mucho más sencillo en el caso del universo hondureño. Se ha mantenido el uso de una tenaza, una pinza, dos agujas, una tijera y un clan que es una mesa con una pieza a manera de sujetador, para mantener fija la pelota mientras se costura. Este equipo se aprende a usar en los centros de contratación local, por las personas que se anotan para capacitarse, en el momento del reclutamiento para el trabajo, sin haber compromiso de subcontratación por las partes.

Ha habido cambio en el tipo de puntadas requeridas, debido al cambio en el material. Antes era más apretada y ahora más floja. El color del hilo se relaciona con el peso del centro de la bola (bola suave hasta bola fuerte). Para el cambio en la puntada fueron llamadas por la supervisora al centro de capacitación local y ahí les enseña ella misma, quien a su vez aprende en la planta ubicada en Choloma. Hubo cambio de tecnología al cambiar el tipo de pelotas, debido a demandas en el mercado externo. Les anunciaron que les enseñarían a usar una sola aguja, pero no lo han hecho. Ello depende de la oficina principal en el exterior.

Regresando al cuadro 3.2, su parte inferior aborda distintas dimensiones del fenómeno de subcontratación que es el que define este escenario. Hay que recordar las modalidades de subcontratación de cada universo tal como se describieron en el apartado precedente.

El tiempo promedio de trabajar en la subcontratación no es mucho en ambos universos sin presentar diferencias significativas. Tampoco presenta distinciones las modalidades de obtención de subcontrato, donde destacan dos formas.<sup>60</sup> Por un lado, está la iniciativa propia y, por otro lado, los contactos a través de redes. Esto último es indicativo de existencia y movilización de capital social que se será abordado más adelante. Por el contrario, el peso de la subcontratación en el total de la producción varía según los universos. En el caso de las comunidades hondureñas, la producción para la empresa subcontratista supone la totalidad de la producción mientras este no es el caso en el universo guatemalteco. Debe recordarse que, en el apartado

60. No obstante, hay que resaltar que en el caso de las comunidades hondureñas, en un poco más de un quinto de los casos, las mujeres fueron buscadas por los intermediarios.

anterior, se mencionó la persistencia de producción propia tradicional y los datos de la encuesta reflejan que en un 22.2%, la mitad o más de la producción no es para la subcontratación.

La dimensión de apoyo del subcontratante permite valorar el tipo de relación de subcontratación que se establece. Los dos primeros aspectos, los relacionados con crédito y capacitación, muestran diferencias en el sentido que hay un mayor apoyo en el caso hondureño. No obstante, no hay que olvidar en qué consiste este tipo de subcontratación. La mayoría de mujeres involucradas no tenía experiencia previa en el cosido de pelotas por lo que tuvieron que ser entrenadas.<sup>61</sup> Es una capacitación sencilla y limitada a esta tarea, por lo que se puede concluir que no hay mayor desarrollo de capital humano. Por otro lado, los préstamos son adelantos sobre entregas a futuro y responden a necesidades de supervivencia del hogar de las mujeres subcontratadas. Los dos restantes aspectos muestran que ni en términos de capacitación en la gestión ni en innovaciones organizativas hay apoyo de las firmas subcontratantes. Por consiguiente, se insinúa que los nexos de subcontratación que predominan son jerárquicos y verticales, dejando muy poca posibilidad de desarrollo autónomo a los productores locales. No obstante, esta afirmación no debe generalizarse en el caso de San Pedro ya que se han dado casos de relaciones de tipo más horizontal y cooperativo. Es importante resaltar que en el primer estudio sobre esta aglomeración se había detectado un caso donde la firma subcontratante había otorgado un importante crédito para renovación de maquinaria en condiciones blandas. O sea, se había incentivado la innovación tecnológica del productor local. Este caso es, justamente, Villa Exportadora que es un ejemplo de avanzada en ese universo.

Las restantes dimensiones de este mismo cuadro proveen una idea de la confianza en la relación de subcontratación y las alternativas a esta. En términos de valorar la postura de la firma que subcontrata, las productoras hondureñas son mucho más escépticas que sus similares guatemaltecos y perciben la relación de subcontratación como un nexo funcional e interesado por parte de la empresa. Por el contrario, del lado de los productores locales, la mayoría de estos

61. En el apartado precedente se han mencionado otras formas de aprendizaje.

estarían dispuestos a abandonar su actual relación de subcontratación, sin distinciones entre ambos universos, lo que es indicativo de que no es la condición económica aspirada. Es interesante explicitar la percepción de los subcontratistas, en el universo hondureño, que opinan que sus trabajadoras tampoco los abandonarán como consecuencia de la falta de otras alternativas u oportunidades en la misma comunidad, además de que opinan que esta actividad ha resuelto en muchas familias el problema del ingreso adecuado para resolver dos problemas importantes, como son tener una casa y compra de alimentos.

Si esta ruptura se consumase, las expectativas laborales varían entre los dos universos. En el hondureño se reafirma la condición femenina de este universo, además de un claro rechazo a la modalidad de subcontratación prevaleciente. Este rechazo, si bien generalizado, no es tan fuerte en San Pedro, donde se perfilan aspiraciones de independencia económica y de inserción directa en el mercado. Estas diferencias parecerían reflejar más bien distinciones radicales de género entre estos dos universos.

Con el cuadro 3.3 se incursiona ya en el entorno de los establecimientos. El que se ha denominado institucional tiene un impacto muy limitado. Solo merece destacar que un cuarto de las trabajadoras hondureñas recibieron capacitación, pero esta es otorgada por la empresa; es decir, se trataría de casos que se han incorporado a la subcontratación en el transcurso de este año. Pero, esta capacitación no corresponde al entorno institucional como tal; además, como ya se mencionó en relación con el cuadro precedente, no supone mayor inversión en capital humano para estas mujeres. En el caso guatemalteco hay que señalar que algunas distribuidoras de máquinas dieron hace tiempo capacitación para uso de estas. Por su parte, el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP) también provee cursos especializados de capacitación industrial. Pero los entrevistados argumentan que muy rara vez pueden asistir a cursos porque no tienen tiempo, o bien porque no se enteran, ya que las instituciones se concentran en la capital y solo instituciones como la Gremial de Exportadores tienen esa información.

Cuadro 3.3

**SUBCONTRATACIÓN: ENTORNOS DEL ESTABLECIMIENTO  
POR LOCALIDAD**

Variables	Choloma <sup>a</sup> (n=50)	San Pedro Sacatepéquez (n=50)	Total (n=100)	p < <sup>b</sup>
PRÉSTAMO (%)	10.0	4.0	7.0	.240
CAPACITACIÓN (%)	26.0	10.0	18.0	.037
PERMANENCIA (%)	14.0	34.0	24.0	.019
REDES (%)	8.0	38.0	23.0	.000
ASOCIACIÓN PARA PRODUCIR (%)	6.0	24.0	15.0	.012
AFILIACIÓN GREMIAL (%)	2.0	12.0	7.0	.050

a. Quebrada Seca, La Jutosa y la Davis.

b. Prueba chi-cuadrado.

Fuente: Encuesta realizada.

La dimensión referida a crédito nos permite explicitar evidencia sobre el financiamiento de estas actividades. En el caso hondureño no se necesita fondos.<sup>62</sup> En cuanto a San Pedro, para iniciar un taller se necesita tener un mínimo de ahorro personal, el cual usualmente se complementa con un préstamo a un banco o a la familia o con la venta de algún terreno. Alvaro Colom dice que entre los indígenas comerciantes el concepto de ahorro no significa guardar dinero en el banco, sino comprar terrenos y construir en ellos ("...les fascina construir", según este informante) o comprar máquinas. Seguramente que los pioneros de la subcontratación cuando iniciaron su actividad ya tenían ahorro convertido en máquinas y terrenos. Esos bienes complementados con pequeños préstamos bancarios les facilitó invertir en la instalación necesaria para iniciarse como submaquiladores. Uno de los fundadores de Villa Exportadora dice haber comenzado

62. El porcentaje que aparece en el cuadro se debe, como ya se ha mencionado, a adelantos por entregas futuras.

como sastre en el año 1966. En 1981 comenzó a fabricar para otras empresas, para entonces ya tenía 23 máquinas. "...Cuando alguien comienza tiene que invertir. La Van Heusen, hasta ahora que nos ha dado<sup>63</sup> solo a nosotros, pero nos lo desquita en un año de trabajo." Agrega que no existe ninguna entidad financiera específica para el apoyo a los submaquiladores puesto que "...la maquila como viene se va, es difícil que haya financiamiento así." Los bancos proporcionan créditos a los submaquiladores, como a cualquier otro empresario, es decir, con las mismas condiciones y dificultades. En San Pedro existe una sucursal de Banco del Café desde hace siete años y han proporcionado créditos a los fabricantes de ropa según requisitos existentes. No existe una línea específica de financiamiento para submaquiladores o confeccionadores en general y las condiciones para su otorgamiento son patente de comercio o bien certificación de ingresos para quienes no tienen registrado su taller. La garantía puede ser hipotecaria, fiduciaria o prendaria y los montos que se proporcionan depende de los ingresos certificados por las personas o por el volumen de producción del taller.

Según informa el gerente de la agencia de esta entidad bancaria, a algunas empresas les han llegado a dar hasta 300,000 quetzales en crédito y a los pequeños un promedio de 10,000 quetzales. En la agencia reciben la papelería y en la capital determinan la aprobación de crédito. Para un préstamo fiduciario, el trámite dura unos 15 días, para uno hipotecario, puede tardar un mes. Los intereses actuales que devenga el banco están entre 19 y 26 %, pero depende de la capacidad de pago. La mayor parte de los dueños de talleres pide préstamos de 10 a 15 mil quetzales, probablemente para completar la compra de maquinaria. Sumas mayores indicarían un uso para construcción, ampliación física de talleres o viviendas. El Banco podría apoyar más, menciona este informante, pero:

"... el problema es que muchos de ellos no tienen empresas registradas o patente de comercio, también se pide que tengan cuenta bancaria en cualquier banco, pero parece que no la tienen. Los que solicitan son, sobre todo, pequeños (empresarios) pero ellos no certifican sus ingresos aunque sí los declaran altos."<sup>64</sup>

63. Préstamo para maquinaria como ya se ha mencionado.

Del lado de los propios productores se enfatiza que, para los empresarios grandes no hay dificultad en conseguir financiamiento, el problema es para el pequeño. Este no puede conseguir en un banco, no solo por los requisitos sino también por el costo del dinero. Entonces, la alternativa son las entidades de apoyo al microempresario, pero estas dan préstamos tan pequeños que no alcanza para sus necesidades. Si se toma en cuenta que solo una máquina plana cuesta 7,000 quetzales, y que estas instituciones dan apoyos entre 3,000 y 5,000, " .... ¿de qué sirve eso?", se pregunta uno de los productores. Pero, por otro lado, se detectan también actitudes conservadoras reticentes a asumir riesgos. Así, uno de los productores argumenta que:

"...no me gustan las deudas, prefiero el ahorro y entonces invertir. Para mí la alternativa para ampliar el negocio es ahorrar para construir una bodega grande, en lugar de prestar para construir. Es arriesgado. En la maquila de la noche a la mañana le dicen a uno no entró la tela y se acabó."

Al contrario de los otros dos universos, en el de subcontratación el entorno social se ha limitado solo a dos dimensiones. La confianza exigíole no se ha tomado en cuenta por considerar que la presión sobre la forma de producir proviene, fundamentalmente y de manera directa, de la empresa subcontratante con sus controles de calidad y tiempo. Tampoco se ha pensado que podría haber mayor incidencia en términos de solidaridad confinada. No obstante, la información cualitativa ha arrojado alguna evidencia sobre amenazas externas que es importante explicitar.

Así, en el caso hondureño, las productoras no sienten temor de que se sustituyan sus comunidades ni las productoras mismas, pues ya en una ocasión lo hizo la empresa, les dio sus prestaciones y se vio obligada a llamarlas nuevamente, debido a que la calidad bajó en el proceso de aprendizaje en las nuevas comunidades. Hay que

64. **Además de esta entidad bancaria, en San Pedro existe desde hace menos de dos años una sucursal de la cooperativa ECOSSABA, de Chimaltenango. que tiene sucursales en varios municipios cercanos. Como toda cooperativa, las posibilidades de créditos existen para los asociados y ahorrantes.**

mencionar que, durante los meses de mayo a julio, no hay producción, pero siempre les pagan el día de trabajo a 36 lempiras. En cuanto a San Pedro, un factor que, según los entrevistados, ha tenido impacto en la maquila guatemalteca es el Tratado de Libre Comercio que suscribió México con Estados Unidos y Canadá, pues muchas plantas maquiladoras se fueron al país azteca. Incluso la planta de la Van Heusen se trasladó a ese país, afectando, directamente, a Villa Exportadora, puesto que redujo los pedidos de 2, 500 docenas de camisas a la semana a 1,300. No obstante se menciona también que algunas de las empresas han regresado. La competencia externa para los sampedranos proviene principalmente de las plantas maquiladoras de la capital, especialmente las que están a la entrada por la Calzada San Juan, las de Las Brisas, etc. Ellos absorben producción, además mano de obra del área de San Pedro, puesto que pueden ofrecer mejores opciones laborales. Otro factor de competencia es que empresas contratantes que antes les daban subcontratos han instalado sus propias plantas en la capital. A otras comunidades no las ven como fuertes competidores. Por ejemplo, en el caso de San Francisco El Alto, se argumenta que se produce ropa, pero sobre todo para el mercado nacional. Sin embargo, uno de los líderes entrevistados señaló que los de esa comunidad están vendiendo demasiado baratos sus productos y están afectando la producción propia o independiente, pero no la subcontratada para maquila. En este mismo sentido, uno de los productores denuncia que:

"...en México hay mucha maquiladora también, entonces el excedente de producto lo traen a vender aquí a precio más bajo, pues además es de contrabando y no son malos productos. A la hora en que uno quiere competir no puede, porque la gente prefiere lo importado."

Regresando al cuadro, se puede observar que, respecto a las dos dimensiones de capital social consideradas, la movilización es mayor en San Pedro Sacatepéquez. En términos de permanencia en la actividad hay que recordar lo detectado en el cuadro precedente respecto a las expectativas de trabajo si el contrato de subcontratación se extinguiera. Se detectan ciertas discrepancias entre los dos cuadros

con porcentajes mayores en el actual. En el caso guatemalteco, la explicación puede rastrearse en términos que no todo es subcontratación y que además hay un oficio, gestado históricamente, antes del impacto de la maquila. Por el contrario, esta explicación no se aplica al caso hondureño, pero el porcentaje de productoras satisfechas con su condición actual sigue siendo mínimo.

Las diferencias entre los dos universos son mucho más patentes respecto a las redes. Este aspecto plantea el tema de las relaciones entre los productores. En cuanto al universo hondureño, el testimonio de una de las mujeres es contundente: "...no hay competencia, no hay cooperación, cada quien asume lo que le entregan en el centro, o lo comparten con las compañeras que les ayudan." La competencia, según los testimonios, se eliminó al igualarse el precio pagado por pelota independientemente de la cantidad. Los vínculos establecidos entre las productoras son los señalados respecto a las mujeres subcontratadas y las personas que comparten el trabajo pero que no tienen ningún amparo contractual. Cada quien lleva a cabo todo el proceso de elaboración de las pelotas. Las relaciones de colaboración se limitan a una persona que enseña a otras a hacer pelotas.

Esta problemática de la relación entre productores se insinúa más compleja en el caso guatemalteco. Hay que hacer tres observaciones. Primero, los subcontratos tienden a concentrarse en menos personas, en los establecimientos más grandes, y por consiguiente, los talleres medianos y pequeños tienen -cada vez- menos oportunidades de tener pedidos grandes. La consecuencia es que las posibilidades de compartir un pedido han disminuido.<sup>65</sup> Segundo, como corolario de lo anterior, la capacidad de producir a tiempo y con la calidad requerida así como la de innovar la tecnología, es lo que determina tanto la competencia como los contactos. Para los talleres pequeños y los nuevos habría menos oportunidad. Debe tomarse en cuenta que el número de talleres ha crecido como también ha crecido la capacidad de producción de varios talleres, además que existen ya cuatro fábricas con contrato directo que absorben la mayor parte de la producción de San Pedro. Y tercero, de la idea inicial de hacer diez años de vender a la comunidad como pueblo industrial, se tiene el

65. Esto remite al tema de la asociación entre productores.

sentimiento de que esta no terminó por beneficiar a gran número de productores. Por eso se habla de poca solidaridad y egoísmo.

Estas observaciones remiten a las dimensiones de entorno organizativo que, como se puede apreciar, no tiene mayor impacto especialmente en el universo hondureño. Hay que mencionar que, en un principio, la Federación Internacional del Trabajo de Honduras (FITH) apoyó a las trabajadoras para mejorar sus condiciones de contratación. A partir de eso fue que les dieron sus prestaciones. En la actualidad, dicen que los sindicatos no las pueden apoyar porque sus contratos solamente son por seis meses y, por tanto, no pueden constituirse como sindicato y apoyarse en federaciones sindicales. Por eso fue que algunas acudieron al CODEH, en procura de conseguir mejores condiciones salariales lo que ocasionó como reacción de la empresa el que castigara a las trabajadoras involucradas en la iniciativa. Ello provocó temor para emprender nuevas búsquedas de apoyo.

En cuanto a San Pedro, los informantes han señalado que los esfuerzos de organización entre productores no han surtido efectos. Uno de los líderes productores señala que, por falta de organización, los sampedranos no pueden sacar más provecho del régimen maquilador.

"... Hace algunos años se tuvo idea de tener una filial para la gremial eso fue con el ingeniero Colom, fue grande la lucha, pero al final no se entendió el concepto de lo que se quería hacer, se fijó cuota, pero muchos dijeron para qué si tal vez no va a dar resultado. La falta de conocimiento y visión clara, hay dudas, desconfianza que surgen por eso. Posteriormente, quisimos con M. trabajar una red empresarial indígena lo pusimos como vicepresidente, pero no funcionó. Cuando a uno lo dejan solo no dan ganas de seguir, quieren resultados muy rápidos. Después de eso, yo me retiré."

Preguntando en Villa Exportadora sobre cuáles consideran que serían los factores para que un grupo asociativo se consolide y tenga éxito, la persona entrevistada señalaba que el factor más importante es:

"...que todos tengan una idea clara a dónde van, qué quieren lograr, que estén decididos a enfrentar problemas sin desanimarse."

El entrevistado cree que algunas personas le temen a los riesgos y no quieren enfrentar problemas que se derivan de grandes empresas. Por otro lado, señaló lo mismo que otros: la tolerancia a la hora de conflictos o discusiones. Otro productor connotado también cuenta otra experiencia de intento de organización.

".. Hace como diez o doce años formamos una sociedad, aunque no llegamos a formalizarla, pusimos una máquina cada uno, una institución de gobierno nos iba a ayudar, pero fue difícil, todos querían mandar, la armonía no funcionó, un año producimos y la deshicimos, teníamos una directiva.

Lo peor de las experiencias no exitosas es que frecuentemente las personas se desaniman y como bien lo expresa este informante:

"...no repetiría esa experiencia. Además, si uno quiere va saliendo poco a poco, solo necesita mejorar la administración, además allí vienen los hijos detrás agarrando el negocio y mejorándolo, pues ellos ya estudian. Nos pueden superar a nosotros."

En cuanto a la imitación, no puede existir entre la submaquila, como dice uno de los informantes, ya que:

"...los diseños lo hace la compañía, nosotros lo maquilamos, ellos mandan los manuales, los patrones. Todo lo que producimos se tiene que mandar, no se queda nada aquí..."

Cualquiera productor sampedrano tiene la capacidad de reproducir cualquier estilo, pero en la maquila no tiene sentido. Por el contrario, en la producción propia parece que la copia ("el pirateo") sí es frecuente. Existen fabricantes de otros lugares que hacen prendas muy similares e incluso le ponen la marca. Uno de los informantes ya tuvo una experiencia de este género con producción de ropa interior. Los afectados prefieren no iniciar juicios legales porque el proceso sale más caro que lo que los perjuicios causados por la

piratería. En ese juego están sobre todo dueños de almacenes de la capital quienes compran prendas y le ponen la marca, o bien compran prendas que saben que no son las originales. El temor a iniciar acciones legales queda muy bien expresado en el siguiente testimonio:

"...en Guatemala es muy riesgoso actualmente, uno no sabe con quién se mete... La Ley de Marcas y Patentes protege, pero es muy difícil demandar a alguien y que se respete."

Como en el capítulo anterior, se quiere finalizar viendo cómo se han verificado las hipótesis planteadas en el marco analítico. En términos socio-demográficos se han cumplido a cabalidad. Así, en el universo más favorable para este tipo de establecimiento, San Pedro Sacatepéquez, se detecta mayor acumulación de capital humano. Además, las diferencias en términos de género son abrumadoras con un contexto totalmente masculinizado, el guatemalteco, y otro totalmente feminizado, el hondureño. También en términos de establecimiento se cumplen todas las hipótesis. El sampedrano se muestra con mayor capacidad acumulativa, con una racionalidad empresarial más extendida y, como resultado de lo mismo, con una mayor generación de excedente bruto. Finalmente, en cuanto al entorno, las hipótesis no se cumplen respecto a la dimensión institucional. Así, respecto al crédito las diferencias no son significativas y, en cuanto a la capacitación, la direccionalidad es la contraria ya que se detecta mayor impacto en el universo hondureño; pero, no hay que olvidar el significado de esa capacitación, otorgada por la propia empresa, y que no tiene mayor impacto en término de capital humano de las productoras. En el resto de las dimensiones sí se verifica las hipótesis y en el sentido esperado. Así, hay mayor movilización de capital social en San Pedro Sacatepéquez donde también se detecta mayor posibilidad a experiencias asociativas y a la acción colectiva.

En resumen este escenario se muestra mucho más contrastante, entre los dos universos seleccionados, que el del turismo, insinuando que las posibilidades de crecimiento son prácticamente nulas en el caso hondureño, mientras que en el guatemalteco hay opciones reales de acumulación que ya han dado sus frutos con la constitución de auténticas fábricas con contratos directos.

## IV

### ARTESANÍA Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO

La inserción de este tercer escenario en el proceso globalizador es mixta y remite, de cierta manera, a los dos escenarios anteriores pero no los reproduce. Por un lado, ha habido un auge de la artesanía mediante las exportaciones a través de canales alternativos basados en los principios de "comercio justo" y solidaridad con los productores de países del Sur. Y, por otro lado, el incremento del turismo ha dinamizado la demanda por cierto tipo de artesanía. Esta segunda inserción es la que parece tener mayor importancia para el presente escenario. Ya en el segundo capítulo mencionamos el importante desarrollo del turismo en la región en la década de los 90. En tanto que los universos que se toman en cuenta se ubican en El Salvador, caso de La Palma, y de Guatemala, caso de Comalapa, mencionemos que en país cuscatleco, el número de personas que visitaron el país se incrementó de 194,268, en 1990, a 387,052, siete años más tarde; en el caso de Guatemala estas cifras son de 508,514 y 576,362, respectivamente. No obstante, el impacto en términos de divisas es muy distinto: de 185.2 millones dólares estadounidenses, a inicios de la década, a 352.2 en 1997 en este país mientras en El Salvador esos montos son de apenas de 18.4 y 67.1 (CANATUR, 1998). Estas cantidades tan bajas, con relación al número de turistas ingresados, para el caso salvadoreño se explicaría, a nuestro entender, porque los visitantes en cuestión deben ser emigrantes salvadoreños y no pro-

píamente turistas. Su verdadera contribución, en términos de divisas, la hacen a través de las remesas.

En nuestro conocimiento no hay muchos estudios sobre el desarrollo de la artesanía en la región que no se limiten a ser informes descriptivos. Cabe no obstante destacar el realizado sobre Sarchí, principal centro artesanal de Costa Rica (Pérez Sáinz y Cordero, 1994) y el llevado a cabo sobre cinco aglomeraciones artesanales en El Salvador que es, sin duda, el trabajo más completo sobre esta problemática (Pérez Sáinz y Eeckoff-Andrade, 1998). Ambos constituyen antecedentes analíticos del presente texto pero, como ya se mencionó en la introducción, uno de los casos del segundo estudio se considera en el presente trabajo por lo que vamos a rescatar, únicamente, las principales conclusiones del análisis de Sarchí que han sido las siguientes. Primeramente,<sup>66</sup> el turismo ha sido el factor crucial en el gran dinamismo de esta aglomeración. Así, el espacio económico generado por las actividades de transformación de madera (muebles y "souvenirs") no se ha limitado a un ámbito local o regional sino que ha alcanzado proyección nacional e, incluso, internacional. En el primer sentido, Sarchí ha logrado la denominación de "cuna de la artesanía nacional" lo que le confiere un lugar privilegiado en la geografía socio-económica del país. Y, en el segundo sentido, el auge actual del turismo internacional emplaza a esta comunidad en la dinámica de la globalización. También hay que resaltar los siguientes fenómenos del tejido socio-económico que se ha configurado. Primero, no existe una división del trabajo en el interior de esta aglomeración de establecimientos que permitiera el aprovechamiento de economías de este género. Segundo, el nivel tecnológico actual es bastante tradicional. Tercero, los procesos laborales están organizados de manera artesanal por lo que estos son espacios de transmisión de conocimientos del oficio; de ahí que no es de extrañar que actúen como auténticas escuelas de aprendizaje que posibilitan que los trabajadores se puedan independizar y establecerse de manera autónoma. Cuarto, el proceso de comercialización se basa, fundamentalmente, en el contacto directo con los consumidores finales que visitan

66. Habría que referirse al proceso de génesis de esta aglomeración pero, como en todos los casos, estamos hablando de procesos históricos específicos y, prácticamente, irrepetibles.

Sarchí si bien hay igualmente nexos con comercios de la capital. Y, quinto, este tejido no es uniforme sino que presenta cierta heterogeneidad. En este sentido, el corte más significativo sería el que opone a pequeños productores con propietarios que han logrado integrar producción con comercialización. Dos observaciones complementarias a este último punto. Por un lado, la existencia de una importante experiencia de comercialización conjunta en una cooperativa que es un punto de referencia insoslayable en el desarrollo de esta comunidad. Y, por otro lado, es en el grupo de establecimientos integrados que se detecta -de manera más nítida- racionalidad empresarial.

Finalmente, hay que remitirse a las modalidades de capital social cuya identificación constituyó el eje analítico privilegiado en ese estudio y que es de gran importancia para el trabajo presente. Hay que resaltar en primer lugar que sí se puede hablar de ciertos valores compartidos por la comunidad. Estos se refieren a una ética laboral con fuertes predisposiciones a iniciativas económicas que buscan -ante todo- la independencia laboral. Lo interesante de esta modalidad de capital social, que aparece como la más vigorosa en el universo estudiado, es que se sustenta en procesos de socialización primaria. O sea, se ha apuntado cómo la difusión espacial de la actividad artesanal en la propia comunidad, hace que esta forme parte de la cotidianidad y de la cosmovisión infantil. Igualmente, es muy importante resaltar que lo artesanal constituye elemento fundamental de la identidad local. Es decir, es esta habilidad lo que confiere un rasgo básico y particular a los sarchiceños que los diferencia de los cantones vecinos. Segundo, también se ha detectado redes basadas en la reciprocidad. Dos elementos a resaltar. Por un lado, estas tienen vigencia sobre todo al inicio de los establecimientos; o sea, las ayudas juegan un papel fundamental en la gestación de los talleres. Y, por otro lado, son redes de naturaleza familiar, lo que imprime desde el inicio un sello-doméstico a este tipo de actividades. No se ha detectado indicios de existencia de confianza exigíóle como forma de capital social. Al contrario, sí hay elementos que sugieren la existencia de solidaridad confinada. Distintos tipos de amenazas, especialmente la presencia de negocios no sarchiceños en la propia comunidad y la copia externa de artesanías, serían las fuentes que alimentarían esta modalidad.

Estas conclusiones constituyen un antecedente pertinente para el análisis del presente capítulo que, como en los dos precedentes, aborda, en primer lugar, la caracterización de los dos universos para, posteriormente, compararlos analíticamente respecto al desarrollo de la actividad artesanal.

#### LA PALMA Y COMALAPA

La Palma está ubicada a unos 80 kilómetros al norte de San Salvador, sobre la carretera conocida como el Troncal del Norte que llega a la frontera con Honduras. Este tramo vial, que es uno de los principales vínculos fronterizos con el país vecino, parece más un camino cantonal que una carretera debido a las muy malas condiciones que, día a día, se deteriora con el paso de furgones, además de las fuertes lluvias en invierno. Según datos del Censo de 1992, este municipio tiene una población de 10,632 habitantes, de los cuales un poco menos de un cuarto se localizan en área considerada como urbana. Esta zona fue escenario de fuertes combates entre el FMNL y el Ejército y mucha gente tuvo que desplazarse a otros lugares del país o, incluso, refugiarse en Honduras. La producción agrícola (maíz, frijoles y café), históricamente la más importante, se complica por la orografía de la zona y la poca tierra adecuada para el cultivo debido a la acidez de los suelos. También ha habido desarrollo de alguna actividad manufacturera (en San Ignacio, a diez kilómetros de La Palma se producen palillos para paletas). El turismo nacional se ha estado desarrollando (en la comunidad y sus alrededores existen varios establecimientos para el alojamiento desde pensiones hasta a un hotel de cinco estrellas), pero encuentra límites en las dificultades de acceso por el mal estado de las carreteras.

En 1971 varias personas, incluyendo al famoso pintor capitalino Fernando Llort, llegaron a vivir en La Palma, buscando la vida tranquila entre los pinos de la zona. Formaron una comuna, y a pesar de que no eran tan apremiantes sus necesidades económicas, buscaron actividades que les podían proveer un ingreso además de aprovechar sus habilidades artísticas. Empezaron a tallar madera y luego la

semilla de copinol,<sup>6</sup> dibujando en ambas diseños semejantes. Esto dio lugar, justamente, al inicio de la actividad artesanal. Formaron el primer taller llamado "La Semilla de Dios", dándole cierto sentido religioso, y comenzaron a crecer debido al flujo turístico (turistas nacionales principalmente) y sus contactos. "La Semilla de Dios", que se legalizó como cooperativa en 1977, sirvió como fuente de trabajo para algunos jóvenes que empezaron a conocer el trabajo y desarrollar sus propias habilidades artísticas. A mediados de los 70, como relata un informante, "... los jóvenes empezaron a tener problemas y poco a poco formaron sus propios talleres". De esta manera se fueron configurando, poco a poco, pequeños establecimientos aportando cada uno algo nuevo al entorno artístico. Para 1980 ya había alrededor de 14 talleres y fue entonces que "La Semilla de Dios" comenzó a incursionar en el mercado internacional.

Entre 1980 y 1985 la cooperativa y los otros talleres entraron en una competencia, caracterizada como "desleal", bajando precios. Los intermediarios no locales comenzaron a dominar el mercado. Como resultado de esto, entre 1984 y 1986 se hizo un esfuerzo por unir a los productores con el objetivo de eliminar la intermediación. Los propietarios de talleres se reunieron cada semana, analizando el papel de los intermediarios y las alternativas. En 1986 el Banco de Fomento Agropecuario (BFA) les otorgó un financiamiento de dos millones de colones para formar una comercializadora. Se formó una cooperativa de productores y esta entidad bancaria les dio el primer desembolso. Sin embargo, la experiencia fue negativa y como resultado el BFA cortó el apoyo económico y se terminó el proyecto. En este mismo período se comenzó a afrontar el problema de conseguir la materia prima, el pino bete. Frente a esta situación, "La Semilla de Dios" fue el único taller en responder de una forma proactiva, comprando un terreno y cultivando un bosque para su propia madera. A pesar de la necesidad, los demás talleres no tenían el capital suficiente para hacer

67. Esta semilla es del tamaño de una uva grande. La parte exterior es de color café oscura pero la interior es blanca que es lo que se pinta o se talla. Al respecto existe la anécdota que, un día, Fernando Llort y sus amigos estaban conversando en la calle, apoyados en un muro, cuando un niño empezó a raspar una semilla contra ese muro; al cabo de un rato se mostró la parte interior y la tuerza de su blancura **impresionó** tanto a los **artistas** que empezaron a imaginar posibilidades estéticas de la semilla.

este tipo de inversión. Actualmente, uno de los problemas más críticos que enfrentan los talleres es, justamente, conseguir madera.

La guerra supuso un período próspero para la artesanía de La Palma. Entre 1986 y 1990, el número de talleres creció de unos 20 hasta más de 100. Fue su apogeo y había establecimientos de distinto tamaño (pequeños, medianos y grandes) con variedad de calidad y formas de producción. Los talleres pequeños funcionaban, principalmente, con mano de obra familiar (especialmente, niños) y una mínima cantidad de trabajadores externos; los más grandes implementaron una mayor división del proceso de producción con trabajadores remunerados de la comunidad. Desde 1990, la producción de la artesanía y su venta ha empezado a disminuir. Algunos artesanos piensan que se debe a la falta de publicidad del país, en el exterior, y a la ausencia de apoyo por parte de la cooperación internacional. Pero, también hay competencia de afuera con artesanos que han puesto talleres en otros lugares o que capacitan a personas en otras zonas. Como parte del proceso de desmovilización del FMLN, combatientes artesanos han capacitado a otros excombatientes en otras partes del país, incluso varios han creado talleres o cooperativas en otras partes de Chalatenango y en el área metropolitana de San Salvador.

Los intermediarios siguen siendo los grandes ganadores según los artesanos. Hay intermediarios locales, pero la mayoría son de fuera (incluso hay extranjeros) vendiendo los mejores productos en distintas partes del mundo, además del mercado nacional. Los más grandes buscan productos de óptima calidad. Hay otros intermediarios que venden productos de menor calidad y su mercado es el de Artesanías Excuartel y la Feria Internacional en San Salvador. Hace unos tres años, un intermediario grande de los Estados Unidos se molestó mucho porque sus pedidos no fueron entregados a tiempo. Amenazó con abrir una fábrica en Honduras y acabar con la producción artesanal de La Palma. Los productores se preocuparon mucho en este momento y empezaron a ver qué podían hacer frente a esta amenaza. Contrataron abogados y analizaron la posibilidad de patentar sus diseños. Muchos entregaron diseños para tal finalidad. Sin embargo, no se pudo lograr tal objetivo aunque el intermediario estadounidense no cumplió con su amenaza. El problema fue que

muchos artesanos copiaron los diseños que otros habían entregado para patentar, creando así más rencores dentro la comunidad y menor deseo de trabajar en conjunto.

Los talleres han servido como el principal mecanismo de aprendizaje, especialmente a nivel familiar. Ha habido capacitaciones para mejorar calidad de productos, diseño artístico, etc., e incluso hubo un esfuerzo, entre 1984 y 1986, para formar un centro de capacitación, pero no resultó. Actualmente, la Alcaldía ha logrado finalizar la infraestructura de este centro, como se explicitará en el próximo apartado. Organizaciones de distinto tipo, que se especificarán más adelante, han dado capacitaciones en administración de empresas y aspectos artísticos (por ejemplo, como combinar colores, nuevas técnicas artísticas, etc.), pero la mayoría de gente ha aprendido todo en los talleres. La Corporación Salvadoreña de Turismo (COSATUR) está promoviendo La Palma como centro turístico y realizó una feria en la comunidad en octubre de 1997 para atraer el turismo en la zona. Los artesanos, además de participar en este evento, diseñaron el cartel de anuncio del evento como una forma de cooperación entre ellos.

La actividad artesanal, que nació como iniciativa de Fernando Llort y otros artistas de San Salvador, es ahora considerada como patrimonio de La Palma. Un informante de la comunidad afirma:

"...La artesanía es el patrimonio de La Palma. Fernando Llort es el eslabón de este patrimonio. Él dio la estrategia de comercialización y un producto comercializable. Pero Fernando Llort sale de La Palma en 1980 (cuando el conflicto se intensificó en la región que acabó siendo controlada por el FMNL) y la artesanía fue evolucionando. Cada taller da un aporte al diseño. Hay dos diseños básicos: los geométricos de Llort y el natural que viene de La Palma."

El entorno político ha incidido en la actividad artesanal de La Palma. Como era escenario de guerra, los intermediarios en esa época necesitaban el aval del FMLN para poder entrar y salir por la zona. Con el fin de la guerra, había muchas pugnas internas en la comunidad que afectaban a casi todo esfuerzo conjunto de los artesanos. A pesar de haber pasado cinco años desde el fin de la guerra, todavía se siente

las divisiones que no necesariamente reflejan diferencias de orden político; no obstante, este hecho no ha impedido la creación de varias cooperativas, gremios y asociaciones artesanales.

"La Semilla de Dios" es, sin lugar a duda, la cooperativa más consolidada en La Palma dedicada a la producción y a la comercialización. Hay actualmente 25 socios/trabajadores, de los cuales ninguno es fundador original. Se empieza como trabajador (actualmente hay entre 15 a 18 trabajadores no socios) y después se puede optar por ser socio. Los socios aportan el 10% a base de su sueldo a la cooperativa. Exportan principalmente a Canadá, EE.UU. e Italia. Tienen un terreno de 22 hectáreas para madera pero que no cubre todas las necesidades de este insumo. Todos los socios y trabajadores son de La Palma y los diseños se trabajan solo en el local.

"Artesanos Unidos" es un esfuerzo organizativo que ha sido promovido por el Programa de Desarrollo de la Artesanía (**PRODESAR**) de la Comunidad Europea y fundado en 1990. Al inicio contaron con 13 miembros, pero actualmente solo son 6. Trabajan individualmente y colaboran entre sí para la venta con un centro de acopio. Se asocian temporalmente cuando tienen pedidos grandes. Existe una tienda donde pueden exhibir sus productos, **PRODESAR** les ha facilitado créditos (el financiamiento no se limita a los integrantes de esta cooperativa) y varios talleres de capacitación.

La cooperativa "La Montaña" estaba compuesta solo por mujeres; sin embargo, dejó de existir hace un par de años, debido a mala administración. Fue una de las primeras cooperativas de la Palma y jugó un papel importante en diversificar el diseño de los productos originales de Fernando Llort. Se dice que fue, en el seno de esta organización, que surgió el diseño de formas más redondas y menos geométricas que las del afamado artista.

La cooperativa "La Palma" es una de las organizaciones más nuevas. Está conformada por un grupo de artesanos que colaboran en la venta principalmente. Es un esfuerzo de Pro-Chalate que está dedicada, principalmente, a la exportación. Se formó a inicios de 1997, formalmente con 18 socios que, en la actualidad, se ha

incrementado a 30 con varias solicitudes pendientes de ingreso. Tienen una tienda de exposición y de abastecimiento de pinturas en La Palma. Participan en ferias a escala nacional e internacional y el vicepresidente ha asistido a una feria de la artesanía, en España, en mayo de 1988. Algunos miembros están colaborando con el programa de competitividad del gobierno. La mayoría de los socios originales han estado afiliados al FMLN e, incluso, algunos son excombatientes desmovilizados. Recibieron de parte de ADEL (Asociación para el Desarrollo Local) 150,000 colones para préstamos para los afiliados de la cooperativa. Una de las ideas que tienen es de abrir una página "web" para sus productos, pero todavía no tienen computadora ni, por supuesto, personal capacitado para manejar la conexión con Internet.

"Asociación de Artesanos y Artistas de La Palma" (ASAL Palma) representa un esfuerzo colectivo que realmente no puede ser considerado como una cooperativa. Está compuesta por un grupo de artesanos y artistas (de los más viejos de La Palma) preocupados por el medio ambiente. En este sentido, están trabajando con FIAES (Fondo de Iniciativa para Las Américas en El Salvador) en un proyecto de reforestación. En los últimos meses han establecido nexos con otras organizaciones de productores tales como las cooperativas CoPalma, de caficultores, y Las Pilas, de productos orgánicos. La presidenta es la esposa del actual alcalde perteneciente a ARENA.

El "Taller Jesús Obrero" tiene su origen en Soyapango, en el Área Metropolitana de San Salvador, y se dedica tanto a la producción como a la comercialización. Este taller-cooperativa nació hace seis años con la desmovilización de excombatientes del FMLN. Uno de los socios aprendió el oficio en La Palma. Ofreció capacitar a un grupo de compañeros para formar un taller y un negocio para proveer una fuente de ingreso para sus familias. A la par de esta experiencia, hubo otro esfuerzo colectivo de formar cuatro talleres artesanales en varias parroquias. Se juntaron para crear una cooperativa de segundo grado que se llama "Nuevo Despertar." Poco a poco, esta ha ido creciendo y con ello los talleres asociados. Ahora "Nuevo Despertar" tiene alrededor de 25 talleres/cooperativas afiliadas que comercializan productos. A mediados de 1997, Baltasar García, el integrante del "Taller Jesús Obrero" quien había capacitado a los socios en Soya-

pango, habló con los miembros sobre la posibilidad de abrir una "sucursal" de la cooperativa en La Palma para reducir costos de vivienda, etc. Asintieron, y él con su familia se trasladó donde está iniciando un taller pre-cooperativa. Actualmente, tienen entre 5 y 6 personas trabajando en La Palma en el establecimiento. Además hay alrededor de 25 a 30 personas (principalmente mujeres) que trabajan en sus hogares (de estos, 10 están en San Salvador). Hay socios miembros del taller y otros que trabajan como obreros porque no quieren participar en los procesos de toma de decisión, etc. Actualmente, están hablando de trasladar toda la cooperativa de Soyapango a La Palma debido, principalmente, al costo de la vida en el Área Metropolitana.

Finalmente, hay que mencionar a la cooperativa «La Esperanza», constituida por apenas tres mujeres que colaboran entre sí para la producción y búsqueda de nuevos mercados para sus productos. Una de ellas ha viajado al exterior en varias ocasiones para abrir mercados para sus productos.

El hecho de que La Palma haya sido escenario del conflicto bélico, como ya se ha mencionado, ha supuesto divisiones dentro de la comunidad y entre los propios artesanos. Aún estas diferencias persisten y se reflejan, justamente, en las cooperativas. Así, los miembros de la cooperativa "La Palma" son mayoritariamente afines al FMLN mientras que ASAL Palma está presidida por la esposa del actual alcalde, el cual pertenece a ARENA. Durante algún tiempo, el párroco del lugar intentó conciliar ambos bandos pero, su muerte en 1996, supuso que no se pudiera lograr la reconciliación. Este legado de la guerra es un elemento importante a tener en cuenta cuando se analice, más adelante, el entorno de la actividad artesanal en esta localidad.

Para finalizar esta contextualización de la actividad artesanal de La Palma, es necesario remitirse a su entorno institucional. En primer lugar hay que mencionar a PRODESAR, iniciativa de la Unión Europea de colaboración con el sector artesanal en todo el país. Tienen programas de capacitación de diseño, técnica y empresarial, promoción de productos a través de ferias nacionales e internacionales, créditos, y trabajo en colectivo. Han sido importantes en la formación inicial de Artesanos Unidos y últimamente con la Cooperativa La

Palma. Actualmente, **PRODESAR** está concluyendo sus actividades para transformarse en entidad nacional. Al principio se habló de una institución gubernamental que representara al sector artesanal; sin embargo, con los programas de privatización y modernización, esta propuesta se ha visto cuestionada. Así, lo que se está formando es la Cámara Salvadoreña de Artesanos como una entidad privada que ya tiene personería jurídica y representación de cuatro zonas del país en la directiva.

ProChalate es otra institución importante que viene trabajando en La Palma desde 1994 con microempresarios en diferentes sectores. Sin embargo, ha sido hasta 1997 que ha logrado focalizar más su trabajo con los artesanos. Tiene una oficina en La Palma con dos promotores permanentemente destacados allí que han jugado un papel clave en la formación de la Cooperativa La Palma. ProChalate también está apoyando la idea de abrir una tienda en San Salvador entre cafetaleros de CoPalma, productores de verduras y frutas orgánicas (Cooperativa Las Pilas) y artesanos (**ASAL** Palma), todos de la zona de La Palma. Además, se ha planteado la construcción de un mercado cubierto en la comunidad y de una guardería.

Instituciones con impacto relativamente menor, en el área artesanal, serían: **FUNPROCOOP** (Fundación Promotora de Cooperativas) que trabaja con el sector cooperativo agropecuario pero, durante el último año, ha iniciado acciones crediticias con los artesanos; **ADEL** que, durante los dos últimos años, ha estado también proveyendo créditos; **CORDES** (Coordinadora para el Desarrollo Social de El Salvador), que no trabaja directamente en La Palma, pero entre varios de sus muchos proyectos de desarrollo tiene una tienda de artesanías (**RENACER**) en Chalatenango;<sup>68</sup> **COSATUR** que trabaja en la promoción del turismo y fue copatrocinador de la feria turística y artística en noviembre del año pasado, aprovechando que La Palma forma parte de la Ruta Maya (programa regional de turismo).<sup>69</sup>

68. La cooperación internacional trabaja a través de estas tres organizaciones además de ProChalate y, por supuesto, **PRODESAR**.

69. Añadamos también la presencia previa de otras instituciones como el Banco de Fomento que otorgó un préstamo: **FIGAPE**, institución que provee créditos a microempresarios; y del **FOMMI**, que desempeña igual función, además de la de capacitación.

El caso de Comalapa remite, como producto artesanal, al tejido y estamos con una verdadera historia que remonta hasta el período precolonial y la cual merece la pena explicitar antes de entrar en la descripción de la propia comunidad de Comalapa y de su desarrollo artesanal. Hay que mencionar que la artesanía tiene un día especial en el calendario maya, el día *katz*, lo cual indica su importancia simbólica para esta cultura.

Los pueblos de ascendencia maya han elaborado desde tiempos prehispánicos sus propias vestimentas a partir de tejidos de hilo de algodón. En esta tradición, sobre todo textil, donde se combina el arte y la habilidad manufacturera de la población, se han registrado también muchos cambios a lo largo del tiempo a causa de factores internos y externos. Los diferentes estudios sobre el tema señalan que existe muy poca evidencia sobre la evolución del traje prehispánico hasta muy entrada la colonización. Según una de las principales especialistas en este tema, Asturias de Barrios (1986), los grandes cambios acaecidos serían los siguientes. Primero, en la época prehispánica las prendas básicas de vestir se elaboraron a partir de tejido de algodón blanco, algodón café o cuyuscate y fibras vegetales como agave. Se torcían a mano y con un huso, se teñían con tintes naturales de plantas, animales y minerales y se tejían en telar de cintura. Además del tejido simple, también se usaron técnicas de brocado, bordado y gasa. Segundo, los españoles introdujeron el principio de elaboración de indumentaria basada en tela cortada, ropa ajustada al torso y el cubrimiento de la cabeza en las mujeres. Además, impusieron otros cambios como el telar de pie, la rueda redina y materiales como la lana y la seda. Estas modificaciones también reflejaban el nuevo orden social al que la población indígena fue sometida. Y tercero, durante la época colonial cambió más el traje masculino que el femenino, pues se adoptó el pantalón, la camisa y el sombrero. En cuanto al traje femenino, desde esa época parecen registrarse los cambios siguientes: el uso del huípil dentro del corte y el cubrimiento de la cabeza como expresión de reverencia religiosa. También se registraron otras modificaciones debido a la invención propia de los indígenas así como a la propia difusión de la "nueva" cultura europea.

Según Rosario de Polanco, actual directora del Museo Ixchel, los cambios en los siglos anteriores habrán sido mucho más lentos

que en el siglo actual. Por ejemplo, a mediados del siglo pasado vino la primera hiladora -y luego se instala Cantel<sup>70</sup> que permite disponer de hilo ya elaborado, pero no es sino hasta principios del presente siglo que las mujeres indígenas adaptan ese insumo a sus tejidos. Esa adaptación significó un cambio muy importante pues ya no tenían que elaborarlo a mano, pero este cambio tomó prácticamente un siglo. Sin embargo, en el presente siglo, desde que se inició la construcción de carreteras en los años 30, y sobre todo en los 40, los cambios en los textiles y los trajes se registraron más rápidamente. Eso significó, entre otras cosas, el uso de hilos mercerizados, lustrinas, variedad de colores y en tipos de hilos. A partir de los años 60, esos cambios son ya muy acelerados y se ha podido observar trajes que sufren cambios de un año a otro. En la actualidad existen más de 150 municipios en el país donde se ha conservado como mínimo el traje femenino local, aunque también con muchas variantes y cambios. Como dice Asturias de Barrios (1986:10):

"...el corte cuyos colores o diseños están asociados con una comunidad particular está siendo reemplazado por un corte jaspeado que no tiene el mismo significado. Los diseños brocados en los huípiles se están difundiendo de una comunidad a otra. En muchas localidades las mujeres están usando un tipo de huívil confeccionado con tela comercial... o en algunos lugares (con tela hecha) en telar de pie."

Lo que se ve actualmente, dice la Directora actual del Museo, es una tendencia a la unificación del traje, pues la gente se pone las prendas que tienen un costo más asequible, lo que significa que el traje ya no necesariamente identifica una comunidad o grupo lingüístico. Existen varios factores que están pesando en esa evolución, pero se pueden señalar como importantes los siguientes. Primeramente, vestirse con el traje original resulta oneroso en estos días, debido al alto costo que significa su confección a mano. La pobreza generalizada que afecta al mundo indígena impide seguir utilizando masiva-

70. La primera gran fábrica textil de Centroamérica, ubicada en la región de Quetzaltenango. Para un análisis de su desarrollo e interacción con la comunidad indígena de Cantel, véase Nash (1970).

mente el traje antiguo o el traje propio de la comunidad. Las mujeres más jóvenes, por ejemplo, optan por vestir las llamadas "blusas" que son huípiles de tela comercial bordados a máquina y de diferentes colores y diseños que poco tienen que ver con los antiguos huípiles; o bien, huípiles hechos con telas y diseños menos "finos" cuyas telas se elaboran en telar de pie. Segundo, la búsqueda de empleo fuera de la comunidad hace que las jóvenes no sepan tejer como sus parientes mayores ya que esta actividad es un oficio que se aprende durante años, mientras una persona va creciendo, y dentro de su hogar. Y tercero, además de la pobreza y de la movilidad laboral, se ha señalado -por parte de algunas organizaciones populares- que la represión y el conflicto armado interno también afectaron directamente el uso del traje. El desplazamiento y la necesidad de mimetización hizo que mucha población modificara o cambiara su traje o bien lo dejara de usar.

Pasando ya a la descripción de la localidad, el municipio de San Juan Comalapa pertenece a la jurisdicción del Departamento de Chimaltenango, en el área centro-occidental de Guatemala, ubicado a unos 82 kilómetros de la capital. Se localiza a más de 2,000 metros s.n.m con un clima frío-templado y húmedo. Tiene una extensión aproximada de 76 kilómetros cuadrados, caracterizada por terrenos quebrados: pocos valles y abundantes barrancos, colinas y cerros. Recientemente fue asfaltada la carretera troncal desde la Interamericana hacia el pueblo, unos 16 kilómetros. El casco urbano se divide en cuatro zonas que reúnen los 8 cantones en que antes se dividía el pueblo.

San Juan Comalapa fue fundado alrededor de 1541 debido a la concentración de indios de Ru Yaal Xot<sup>71</sup> a cargo de la Orden Franciscana, aunque ya desde 1528 el pueblo cakchiquel venía pagando tributo. Hacia finales del siglo xviii, Comalapa figuraba ya como curato de la Alcaldía Mayor de Chimaltenango, convirtiéndose más tarde en su localidad más poblada, *status* que conservó hasta 1839. Cuando el territorio independiente de Guatemala se dividió en departamentos y distritos, Comalapa pasó a ser parte del departamento de Chimaltenango, con la categoría de pueblo y curato. Como

71. Traducido como Comalapan por los españoles.

municipio fue creado durante el gobierno de Justo Rufino Barrios durante la década de los 70 del siglo XIX.

Según el último censo realizado en 1994, este municipio estaba habitado por 27,827 personas, de las cuales 59% se concentraban en áreas denominadas urbanas, o sea la cabecera municipal. Es importante destacar que en su casi totalidad (el 95%) se ha autoidentificado como indígena (INE, 1996). Tres cuartos de la población económicamente activa se dedican a la agricultura. Se cultiva papa y granos básicos y más recientemente se ha incorporado en algunas áreas el cultivo de "no tradicionales." La producción de trigo decayó totalmente cuando se autorizó, hace tres años, la importación libre de este grano y los pequeños productores quedaron fuera de las posibilidades del mercado. Pero el gran problema agrario de este municipio es su extremo minifundismo.<sup>72</sup> Por el contrario, el peso del empleo en actividades manufactureras, donde se inscribe las de artesanía, es mínimo (5.7%). No obstante, esta baja cifra es resultado de subrepresentación ya que las actividades de tejer, como veremos más adelante, son realizadas por mujeres.<sup>73</sup>

Parece que la gente ya no va a trabajar tanto a la Costa Sur (a la finca de café, algodón o caña de azúcar) como antes ni tampoco existe una importante migración hacia el extranjero. Comalapa cambió mucho después del terremoto de 1976 y de la violencia de los 80. El pueblo fue prácticamente destruido con el terremoto (3,500 muertos dice la Municipalidad), así que la fisonomía habitacional actual no tiene nada que ver con las estampas plasmadas por los pintores "costumbristas" (casas blancas de adobe y tejas) que han dado renombre a esta localidad considerada, por sus propios pobladores, como la "Florencia de Centroamérica."<sup>74</sup> Posteriormente, durante el conflicto, la violencia azotó a la comunidad, teniendo como resultado numerosos asesinatos, desaparecidos, desplazados y viudas. Hay que

72. Según el Censo Agropecuario de 1979, en Comalapa el 72% de las tincas eran menores de dos manzanas.

73. Los datos censales muestran que apenas el 18% de la PEA está compuesta por mujeres.

74. Los orígenes de la pintura en esta comunidad datan de 1930 y están ligados a Andrés Curruchich, quien ha sido el iniciador de esta actividad y maestro de otros artistas (Asturias de Barrios, 1985).

recordar que, por este municipio, pasaba uno de los corredores que utilizaba la guerrilla para desplazarse desde zonas septentrionales, en el Quiche o Baja Verapaz, a la Costa Sur. Evidencia elocuente de la violencia sufrida por este municipio es que Comalapa es la cuna de la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala (CONAVIGUA) y su prestigiosa organizadora y dirigente, Rosalina Tuyuc, es originaria de este municipio. Los efectos desastrosos de la violencia resultaron en un descenso de la actividad económica, con pérdidas en la agricultura y la artesanía. En especial se vio seriamente afectado el nivel de organización comunitaria y gremial que existía durante los 70 y que, como veremos en el próximo apartado, ha tenido incidencia en el desarrollo actual de la artesanía.

La cabecera municipal tiene en la actualidad tres escuelas primarias y tres colegios privados con primaria y secundaria, además de un instituto estatal de ciencias comerciales. Prácticamente todas las aldeas cuentan con escuela primaria. Solo en el casco urbano existen tres templos católicos: uno destruido por el terremoto de 1976, el cual todavía está en reconstrucción. El segundo, el de San Juan, se construyó al lado del templo colonial destruido. Y el tercero, el del Sagrado Corazón que se erigió después de un conflicto entre católicos pro-cofradía y católicos pro-conversión. Esta es actualmente la iglesia más activa, aunque la parroquia finalmente no se dividió. Ese conflicto surgió en los años 70 antes del terremoto, pero el templo hasta recientemente se terminó de construir. Además, está el Calvario. Pero también existen otros 20 templos de iglesias evangélicas de distintas denominaciones solo en el casco urbano, algunas con edificios impresionantes. Y en cada aldea también existen tanto iglesias evangélicas como católicas.

Como todo pueblo de ascendencia indígena, en Comalapa se han tejido y confeccionado los trajes del lugar desde épocas remotas. Conforme el comercio de la región fue evolucionando, la producción textil se concretó a determinadas prendas y tipos de telas. De acuerdo con casi todas las entrevistas, existe una división territorial del mercado indígena.<sup>75</sup> Es decir, una región produce artículos distintos

75. Alvaro Colom, informante clave del otro universo indígena (San Pedro Sacatepéquez) considerado en este estudio, enfatizó en este aspecto. Considera que el concepto de competencia occidental no es el mismo que el que manejan los

a otra y esto, por supuesto, se aplica a la artesanía. Actualmente, por ejemplo, existen comunidades especializadas en elaborar los cortes y ellos son quienes comercializan a otras regiones. Comalapa también tiene ciertas especialidades artesanales que ha desarrollado con el tiempo, tales como los monederos, así como la tela para estos, y, sobre todo, los individuales. No obstante, la demanda de los turistas y la exportación han cuestionado esta división territorial; un fenómeno que se expresa en la percepción de competencia de productores de otras comunidades, como se verá más adelante.

Los comalapenses coinciden en señalar que el terremoto de 1976 es el evento que modificó e impulsó significativamente su producción artesanal. Hasta entonces, esta se limitaba a la elaboración de huípiles, cortes, fajas y demás prendas del traje femenino (el masculino desapareció casi totalmente desde mitad del presente siglo) y básicamente esta producción se destinaba al consumo local y al área de Chimaltenango. A inicio de los 70 se conformaron los primeros grupos de artesanas, básicamente bajo la forma de cooperativas, pero el auge llegó sobre todo después del sismo. Con los programas de reconstrucción posterremoto, como señala un informante,

"... aparecieron muchas instituciones que vinieron a ayudar, se abrieron las puertas internacionales y descubrieron la artesanía de aquí, haciendo que saliera hacia el exterior."

Las instituciones de este tipo que mencionan los artesanos eran sobre todo entidades internacionales como el Cuerpo de Paz, o bien ONG norteamericanas y europeas. Ya en el Censo Artesanal de Guatemala, realizado en 1978, el municipio registró 669 establecimientos dedicados a variadas actividades catalogadas como producción artesanal: manufactura de panadería (rosaquitas de feria), fabricación de fibras textiles, prendas de vestir, zapatos, sombreros y artículos diversos para el hogar, artículos de cuero, joyas y otros. Tres cuartos de los establecimientos se dedicaban a fibras, telas, prendas de vestir y artículos para el hogar elaborados con textiles (alfombras, tapices, etc.), constituyendo el renglón más importante

indígenas. Ellos tienen una división del mercado según las regiones y, difícilmente, se encuentra una región produciendo lo mismo que otra.

de la artesanía de Comalapa (Asturias de Barrios, 1986). Esos artículos siguen siendo hoy día gran parte de los artículos más frecuentes en la producción artesanal, pero se agregan otros que se detallan más adelante.

Una de las principales productoras comalapense, dueña de un taller que confecciona más de 50 diferentes productos de exportación, dice que antes del terremoto solo se tejían huípiles y algunos se vendían a los turistas en Guatemala.

"... Después cuando vino la voluntaria del Cuerpo de Paz comenzamos a hacer otras cosas: bolsas, billeteras, monederos y otros. Exportábamos un poco pero la mayoría se vendía aquí en Guatemala. En ese entonces abundaron los artesanos, hasta en las aldeas había muchos, iniciaron las cooperativas y asociaciones. Yo fui (asociada) de la Cooperativa Ixchel, también la Katoquí y también de Artexco... ahora ya no."

Casi todos los grupos que se conformaron durante la época del primer auge (después del terremoto y hasta 1980) se desarticularon posteriormente debido a la violencia y el conflicto armado interno. Muchos de los cooperantes extranjeros que estaban apoyando a algunos de esos grupos tuvieron que salir también. El síndico municipal lo señala con amargura:

"...antes los trajes eran famosos, pero la gente le enseñó a tejer a los gringos y ahora ellos ya los fabrican en Estados Unidos y sus países, por eso ha bajado la producción aquí."

Sin embargo, el problema principal es que el nivel de organización de los artesanos no se ha logrado recuperar después de la violencia; existe cierto nivel de frustración y falta de autoconfianza en la capacidad de organizarse. Se puede plantear como hipótesis que el resurgimiento de la sociabilidad ha tenido lugar a través de la religión; pero se trata de una sociabilidad cruzada también por los antagonismos que caracterizan la vida religiosa en Guatemala. Cuando la violencia declinó relativamente, la actividad comenzó a resurgir hacia finales de los años 80 y se dio un segundo momento de auge a

partir de 1990 hasta 1993, especialmente para la exportación. Efectivamente, de acuerdo con los datos de la Gremial de Exportadores, en esos años se duplicó el monto de divisas por exportación de productos artesanales que pasó de 8.4 millones de dólares, en 1990, a 17.3, tres años más tarde. La comisión de Artesanía de la Gremial aduce que el "boom" de 90-92 obedeció a varios factores (la conmemoración de los 500 años; la declaración del Decenio de los Pueblos Indígenas; la obtención del Premio Nobel por Rigoberta Menchú; y otros) que hicieron que la artesanía tuviera una alta demanda y se pusiera de moda. Pero, a partir de ese año ha habido un descenso paulatino y el monto de divisas generado en 1997 ha sido de 13.1 millones (AGEXPRONT, 1998). Los informantes productores tienden a señalar que el período de Serrano Elías como muy dañino para la exportación artesanal; aseguran que durante ese lapso se cerraron muchas puertas internacionales que afectaron también la producción artesanal. Por su parte, la Gremial de Exportadores tiene otra visión y aduce las siguientes razones. Primeramente, se confirma que era una moda. Segundo, los artesanos guatemaltecos no pudieron innovar. Tampoco se mejoró la calidad, sobre todo en el acabado de los productos. Esos aspectos saturaron el mercado. Tercero, la competencia de otros mercados (ciertos países sudamericanos o africanos, India, Filipinas) quienes venden productos textiles similares, con diseños atractivos, que producen con mano de obra muy barata y de forma más industrializada. Y, finalmente, la imagen política del país que a causa de la violencia persistente, le ha afectado bastante sus posibilidades de comercio exterior. Este factor ha impactado especialmente al rubro de artesanía y turismo.

También se mencionó, por parte de algunos artesanos que exportan a Europa, que el factor de los tintes azoicos ha afectado severamente la producción. La Gremial insiste en que este aspecto si bien tiene peso, no sería el más importante en el descenso de las exportaciones, pues el mercado estadounidense sigue siendo el principal destino de la producción artesanal y en ese país no se ha instaurado todavía esa barrera. El uso de químicos azoicos en los productos textiles es una barrera no arancelaria que establecieron varios países europeos, desde hace más de dos años, a causa de haberse verificado su alto potencial cancerígeno, alérgico y veneno-

so.<sup>76</sup> No obstante, esta institución considera importante prepararse, pues seguramente dentro de poco los Estados Unidos prohibirán también el uso de esos tintes. Sin embargo, ya existen productos sustitutos en el mercado nacional y empresas que venden hilo teñido que certifican no haber usado esos químicos, ARTEXCO, la federación de cooperativas de artesanos, también está produciendo y promoviendo los tintes alternativos dentro de sus miembros. Pero, los artesanos de Comalapa consultados, no conocen una forma para asegurarse de que los hilos adquiridos efectivamente no contengan tintes azoicos; están al tanto de este problema y tratan de buscar proveedores de prestigio que puedan ser confiables.

Como en el universo anterior se quiere concluir esta contextualización de Comalapa refiriéndonos a su entorno institucional. En primer lugar, hay que mencionar el Centro de Desarrollo Integral para la Comunidad Indígena (CEPCOMA) que es una asociación de personas de diferentes comunidades. Sus asociados formales son 32, pero sus beneficiarios son cientos de personas de diferentes comunidades de Paxtocá, Comalapa, San Antonio Palopó, Nahualá, Tecpán y Chimaltenango. Se propone el desarrollo comunitario y no solo el apoyo a artesanos. Se formó desde 1987-88 a partir de un grupo de desplazados que se movieron hacia el centro del país. Sus primeras actividades consistieron en reunirse, intercambiar sus experiencias, ayudarse mutuamente y su primera actividad productiva fue la artesanía que se vinculó al comercio alternativo europeo de manera formal en 1992. En 1994 adquirieron sus primeras máquinas de confección e incrementaron los telares de pie; y, al año siguiente, ya tuvieron que pasar la primera prueba de calidad exportadora y lograron su legalización como empresa mercantil a nombre de una de las socias. Pero en esos mismos años grupos similares (Aj Quen de Chimaltenango, CDRO de Totonicapán, la Cooperativa Zunil en Quetzaltenango) ya habían surgido y constituían una fuerte competencia para el grupo dentro del mercado alternativo. En 1996 buscaron nuevos mercados y se vincularon a algunos representantes y expor-

76. Actualmente están en vigor reglamentaciones, que prohíben la importación de productos textiles cuyos tintes tienen químicos azoicos, en Alemania. Países Bajos y Suecia; además otros países (Francia, Gran Bretaña y Dinamarca) adaptarán pronto las mismas restricciones.

tadores: El Puente es la organización de comercialización alternativa en Alemania; De la Selva s.A. en Dinamarca; además de un cliente en los Estados Unidos. A partir del año 1997 montaron su taller central, conservando, al mismo tiempo, la producción individual de sus asociados. Los pedidos de productos confeccionados se elaboran en el taller, otros productos como telas se encargan a los asociados de Paxtocá, tejidos especiales a las asociadas de Comalapa, etc. Durante el presente año, CEPCOMA ha experimentado la peor baja de su producción. Ahora tienen problemas de financiamiento para adquirir materia prima y poder cumplir con sus compromisos ya que resienten mucha competencia. De tener 18 personas trabajando en el taller hace dos años, ahora solamente tienen tres, incluyendo la responsable administrativa.

Su estructura organizativa consiste en una asamblea, junta directiva y equipo técnico. Cuentan con asesoría de parte de MENMAGUA,<sup>77</sup> de quien reciben asistencia financiera para los proyectos comunitarios, parte de ello para la artesanía, CEPCOMA trabaja en dos áreas: la productiva y la sociocultural. La productiva incluye el apoyo a la actividad agropecuaria y artesanal de las comunidades beneficiarias y están formando un fondo comunitario que funcionará como banco comunal. El programa sociocultural consiste en acompañamiento sobre los Acuerdos de Paz, educación no formal, capacitación en salud, poder local y fortalecimiento cultural maya.

Otra institución que tiene incidencia en la actividad artesanal comalapense es la Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales (AGEXPRONT). Con sede en la capital y filial en Quetzaltenango, es una entidad privada no lucrativa al servicio de las exportaciones de Guatemala. Representa a los exportadores ofreciéndoles un medio de comunicación con el sector privado y con el público que tiene relación directa con el proceso productivo y exportador. Sus principales servicios son: información, capacitación, organización de eventos, promoción comercial y gestión para lograr una

77. Es la Mesa Nacional Maya, formada por una treintena de organizaciones de distinto tipo que tienen como denominador común el identificarse como mayas. Su objetivo es el desarrollo del pueblo maya de Guatemala. Se creó aproximadamente hace tres años y administra fondos para el apoyo a proyectos en los que se involucran sus organizaciones miembros.

política de apoyo a los exportadores del país. Se organiza por medio de comisiones entre las que destacan: agrícola, artesanías, recursos hidrobiológicos, madera, manufacturas, Vestex y, otros productos no tradicionales. La Comisión de Artesanías se fundó en Quetzaltenango en 1990 y cuatro años más tarde en la capital, pero es en la ciudad de Los Altos que funciona la sede del Centro de Diseño y Desarrollo Artesanal -CEDART- que forma parte del Programa PROART apoyado por la Unión Europea.

En tercer lugar hay que mencionar a la Asociación Aj Quen y al grupo denominado Asociación de Mujeres en Desarrollo Comunal (AMDEC). Este último lo constituye un grupo de mujeres artesanas de Comalapa que se fundó en los años 70 después del terremoto. En su mayoría son tejedoras de huípiles y pequeñas prendas como fajas y telares de adorno. Actualmente, son apenas unas ocho mujeres, pero cuando se fundaron habían más de 20. Este grupo está afiliado a la Asociación Aj Quen. Esta organización es una asociación de artesanos con sede en Chimaltenango, fundada en 1989, que a diferencia de CEPCOMA, solamente se dedica a artesanía. No pertenece a ARTEXCO y su trabajo consiste en apoyo técnico, pequeños créditos, capacitación y comercialización a pequeños artesanos de Chimaltenango, Solóla y Totonicapán. Tradicionalmente se han dedicado a la artesanía textil, pero en 1998 han iniciado apoyo a artesanos de cerámica en Chinautla. Tanto Aj Quen como CEPCOMA son del tipo de asociaciones que agrupan y apoyan a pequeños artesanos. Los artesanos grandes entrevistados en Comalapa no pertenecen a estas asociaciones.

La Asociación de Cooperación Técnica (ACT) es otra a mencionar. Con sedes en Chimaltenango, Solóla y Alta Verapaz, se transformó de ONG convirtiéndose en una intermediadora financiera. En Chimaltenango viene trabajando desde 1992 y en este departamento ha implementado un programa de crédito para micro y pequeños empresarios así como para agricultores. Tienen agencias en Tecpán, Chimaltenango y Comalapa donde se instaló en febrero de 1998. Brinda apoyo a microempresarios, con más de un año de funcionamiento de su negocio y a agricultores siempre y cuando no tengan otros compromisos crediticios. Los créditos pueden tener distintos destinos: compra de materia prima, maquinaria y cualquier otra

inversión directamente relacionada con el negocio ya instalado. A los microempresarios -como los artesanos- les proporciona tres tipos de préstamos: hipotecario, contra escritura original registrada del inmueble; fiduciario que el fiador sea trabajador del Estado; en grupo; es decir, que tres a cinco personas asuman corresponsablemente del crédito, quienes también deben presentar escritura registrada o pública. Según el encargado de la agencia en Comalapa, tienen una cartera con un bajo nivel de morosidad. En Comalapa, actualmente tienen una cartera de 200 clientes. De agosto a diciembre lo que más se apoya es artesanía y comercio. No existen asignaciones predeterminadas a alguna de las actividades y depende de la demanda de crédito hacia qué actividad se va a destinar más recursos. No proporcionan mucho apoyo en capacitación porque lo hace la central de Chimaltenango y al parecer no de manera sistemática. Ya han dado cursos sobre costo de producción y calidad, pero muy pocos en Comalapa. Aducen que la dificultad es que son clientes relativamente nuevos. Sin embargo, en esta área tienen ya siete años de trabajar. También reconocen que les ha sido difícil ayudar en el tema del mercado, piensan que antes hay que enfatizar la calidad del producto.

Existen otras instituciones pero con menor incidencia en la actividad artesanal comalapense. Entre ellas cabe destacar, en primer lugar, **BANRURAL** que es resultado de la reconversión en banco mixto del antes banco estatal **BANDESA**. Posee la infraestructura más descentralizada de los bancos del país, pues cuenta con agencias en casi todos los municipios. El sector cooperativo tiene una importante influencia en la conformación de su nuevo capital, también participa un grupo de **ONG**. En tanto continuará apoyando preferentemente al pequeño productor del campo, los artesanos tienen allí la posibilidad de una línea de apoyo financiero más adecuada a sus necesidades. En Comalapa existe una sucursal de este banco. También hay que mencionar a la fundación Guatemalteca «Carroll Behrhorst» que es una **ONG** fundada en 1962. Su sede se encuentra en Chimaltenango y se dirige a la población indígena de Chimaltenango y Solóla. Su campo fuerte ha sido tradicionalmente la prestación de servicios en salud, pero también desarrolla programas de apoyo agrícola, medio ambiente, educativos y de apoyo a la artesanía. Se preocupa por la aplicación de estrategias administrativas, económicas, de salud y

educativas para propiciar procesos autogestionarios. La Fundación promovió la formación de la empresa comercializadora Mayan Works para la exportación de artesanías, con productores de diferentes comunidades que elaboran diferentes artículos a la que nos referiremos en el próximo apartado. Y, finalmente, se mencionaría a ARTEXCO, la federación de cooperativas artesanales, con sede en Quetzaltenango. Brindan asistencia técnica y financiera a las cooperativas.

#### **ARTESANÍA Y AGLOMERACIONES DE PEQUEÑAS EMPRESAS**

El cuadro 4.1, que remite a características socio-demográficas de los artesanos, muestra un perfil común respecto a dos dimensiones. Por un lado, se está ante una población en edad madura y, por otro lado, con experiencia promedio de tres lustros en la actividad artesanal. En cuanto al resto, La Palma es un universo donde predominan los hombres y con mayor escolaridad que, en promedio, representa estudios de secundaria incompleta. Estos datos no sorprenden, respecto a Comalapa, ya que la actividad de tejer es realizada, fundamentalmente, por mujeres y además Guatemala se caracteriza, desgraciadamente, por sus bajos niveles de escolaridad, especialmente en áreas indígenas como en la que se localiza el universo seleccionado.<sup>78</sup>

El perfil de los talleres artesanales se refleja en el cuadro 4.2. Como en el caso del universo turístico, a pesar de que el promedio de excedente bruto es casi el doble en La Palma que en Comalapa, las diferencias no resultan significativas. En efecto, en ambos universos hay una gran dispersión con extremos que llegan a excedentes en torno a los dos mil dólares, por un lado, y a pérdidas o a excedente casi nulo, por otro lado.

Pero esta es la única dimensión similar entre ambos universos, el resto de dimensiones presenta perfiles distintos. Así, se refleja que en La Palma hay mayor capacidad acumulativa ya que el promedio

78. El departamento de Chimaltenango, donde se localiza Comalapa, reporta -según los últimos datos censales- una tasa del 36% de analfabetismo.

Cuadro 4.1

**ARTESANÍA: PERFIL SIOCIO-DEMOGRÁFICO DE  
PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS  
POR LOCALIDAD**

VARIABLES	La Palma (n=48)	Comalapa (n=49)	Total (n = 97)	p < a
SEXO (%)				.000
- Hombres	68.8	30.6	49.5	
- Mujeres	31.2	69.4	50.5	
EDAD (promedio en años)	38.0	35.7	36.8	.313
ESCOLARIDAD (promedio en años)	7.3	3.9	5.5	.000
EXPERIENCIA LABORAL (promedio en años)	14.6	17.9	15.2	.465

a. Prueba t para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalo.  
Fuente: Encuesta realizada.

de trabajadores empleados es el doble que en Comalapa; diferencias que siguen siendo significativas respecto al número de asalariados. Y si bien, el uso de contabilidad formal es muy limitada, su práctica inexistencia en el universo guatemalteco hace que las distinciones, entre ambos universos, también resulten significativas.

En relación con la mano de obra, se puede profundizar con información de tipo cualitativo. En La Palma existe una cierta división del trabajo que uno de los informantes describe de la siguiente manera:

"...hay una separación de trabajo entre la carpintería, dibujo, pintura y acabados. Solo hay seis o siete talleres que hacen todo. Varios que solo trabajan en blanco. En tanto a la carpintería, la mano de obra es solo hombres; en el dibujo son tanto hombres como mujeres; la pintura y acabados son más mujeres."

Cuadro 4.2

**ARTESANÍA: PERFIL DE ESTABLECIMIENTO  
POR LOCALIDAD**

VARIABLES	La Palma (n=48)	Comalapa (n=49)	Total (97)	p < <sup>a</sup>
LOCALIZACIÓN (%)				.007
- en la vivienda	81.3	98.0	89.7	
- otra parte	18.7	2.0	10.3	
NÚMERO DE TRABAJADORES (promedio)	11.1	5.7	8.3	.007
NÚMERO DE REMUNERADOS (promedio)	9.7	5.6	7.6	.046
CONTABILIDAD (%)	16.7	4.1	10.3	.042
EXCEDENTE BRUTO (promedio mensual en <b>US</b> dólares)	250.7	130.2	185.5	.113
COMERCIALIZACIÓN				(XX)
- consumidor final	18.8	10.9	14.9	
- intermediarios locales	16.7	69.6	42.6	
- intermediarios no locales	60.4	15.2	38.3	
- otros	4.2	4.3	4.3	
MERCADO				.000
- capital	62.5	13.3	38.7	
- resto del país	14.6	37.8	25.8	
-extranjero	20.8	22.2	21.5	
- no sabe	2.1	26.7	14.0	
ORIGEN DE INSUMOS				.000
- comunidad	22.9	67.4	44.7	
- fuera de la comunidad	77.1	32.6	55.3	

a. Prueba t para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalo.

Fuente: Encuesta realizada.

También los niños colaboran en esta última fase en horas extraescolares. El mercado laboral es claramente local y la mano de obra proviene tanto del núcleo urbanizado de La Palma como de aldeas cercanas. No parece que haya escasez de fuerza de trabajo y es importante resaltar que hay bastante interés por parte de los jóvenes en incursionar en esta actividad; un hecho que se corrobora visitando talleres. La artesanía produce mejores salarios y es una labor menos agotadora que la agricultura, que es la alternativa en términos de empleo que se le presenta a la fuerza laboral joven. Como señala una artesana:

"...hay mucho interés de parte de los jóvenes de aprender el oficio. Pueden trabajar en familia y eso genera ingresos."

En cuanto a Comalapa hay que mencionar, en primer lugar, que la labor artesanal tradicionalmente es un asunto de todos los miembros de la familia sin distinciones de género y edad. Las mujeres aprenden desde niñas a usar el telar de cintura y con ese conocimiento fácilmente pueden saber usar el telar de pie. Algunas menores prefieren especializarse en la labor del jaspe, la cual requiere de mucha destreza y arte, así como saber calcular o usar la calculadora. Los niños y las niñas van aprendiendo ciertos oficios como devanar y urdir el hilo y luego los telares. En un par de talleres, que elaboran telas, se encontró que la labor de teñido es tarea de los hombres, aunque también apoyan las mujeres adultas. El jaspe es una labor más de mujeres aunque la etapa final de soltar y ordenar los hilos la hacen hombres en las calles. Los diseños de los jaspes son originalidad de las mujeres y los de las telas y tejidos, indistintamente de hombres y mujeres. Pero las mujeres predominan en el total de las actividades de artesanía textil, como dueñas de talleres y como operarias, o como trabajadoras en sus casas por encargo. Los operarios de los talleres en Comalapa son más jóvenes que adultos, muchos estudiantes y otros que ya dejaron de estudiar. Los jóvenes se interesan, como argumenta una muchacha, en este oficio:

"...porque cualquier actividad productiva es buena para el sustento de la familia y mejor si es en su propia casa o dentro del pueblo, así no se tiene que ir lejos."

De acuerdo con las entrevistas, la mayor parte de los artesanos son personas por lo menos alfabetas, incluso con cierto nivel escolar, pues las técnicas de tejido les requiere conocimientos de aritmética aunque se pueden encontrar mujeres y hombres adultos que son hábiles artesanos pero analfabetos. No hay escasez de mano de obra, al contrario, actualmente muchas personas procuran emplearse de algún modo en la actividad.

En el caso de Comalapa, es importante señalar que se han detectado distintos tipos de arreglos laborales. Así, en primer lugar, existen productoras independientes que, de manera individual, elaboran sus tejidos en telar de cintura en su vivienda. Los venden a intermediarios locales por su cuenta. Este es un arreglo frecuente en Comalapa y remite a mujeres que siguen tejiendo huípiles u otros lienzos pequeños, en los que emplean parte de su tiempo como amas de casa, y pueden finalmente vender un huípil cada dos o tres meses. Segundo, mujeres y hombres que trabajan en su vivienda, en telares de pie propiedad de otra persona (dueña de un taller), de quien reciben los materiales y el pago por el trabajo. Son personas que no requieren de supervisión constante del(de la) dueño(a) puesto que tienen mucha experiencia. Tercero, operarios(as) en los talleres donde se concentran los telares y las máquinas, bajo la supervisión directa de la dueña y quienes reciben un salario por tiempo o a destajo. Y cuarto, artesanas(os) a quienes se les entrega material para que elaboren prendas, las cuales podrán ser compradas por la dueña del taller, siempre y cuando cumpla con requisitos de calidad. El pago es en especie (el mismo material entregado) o en dinero. En este caso, el(la) dueño(a) del taller realiza, a la vez, la producción y la comercialización.

Todos los casos, de entrevistados en profundidad, combinan el segundo arreglo con el tercero con diferentes énfasis. Por ejemplo, una de las artesanas especializada en tejer individuales prefiere tener desconcentrado el taller y solo tiene un par de telares en su vivienda; el resto está en la vivienda de sus operarios, unos 25 a 30. Ella prepara y monta el tejido y las operarías solo lo tejen. Sin embargo, también usa la modalidad última para poder ayudar a otras mujeres; les proporciona material, ellas tejen el producto como si fuera propio, y luego se los compra descontándoles el material; de ese modo ellas

tienen trabajo y nuestra informante no asume riesgos mayores con la calidad pues solo acepta los productos que pasan la prueba. Por el contrario, otro productor entrevistado, con telares de falsería,<sup>79</sup> prefiere concentrar la mayor parte del equipo en su taller.

"... A la gente la entrenamos aquí, primero son ayudantes y luego tejedores. Otros son devanadores. La urdida la hago sólo yo porque es más delicado, de eso depende todo. Tengo jóvenes, mujeres y hombres. Las mujeres cuando se casan ya no siguen, entonces busco a otra persona que sea de confianza, que sepa hacer bien el trabajo y le guste."

En el caso de CEPCOMA, aparte de que en el taller trabajan operarios asalariados y donde se elaboran productos confeccionados, también canaliza pedidos para sus asociados de las diferentes comunidades, entre ellas el grupo de Comalapa. De esta forma, estos artesanos comercializan sus productos, pero les hace dependientes de la demanda de esta institución.

Los diseños son, por supuesto, responsabilidad básicamente del(de la) dueño(a) del taller o del(de la) artesano(a) que elabora el producto. Esta es la primera función artística de los artesanos pues generalmente cada uno(a) crea los diseños o las figuras que van a darle especificidad al tejido así como a otros productos como los tapetes, servilletas, individuales, fajas, etc. Los colores los van identificando con la experiencia y la observación de lo que está más a la moda. En las telas, por ejemplo, actualmente dominan los colores tierra sobre los colores vivos. Los diseños y combinación de colores, el cálculo de las hebras y el ancho del lienzo o trama, son una habilidad propia. Como señala una artesana:

"...eso lo vamos haciendo con la pura cabeza, cuando uno empieza apunta en un papel y va haciendo los cálculos, después ya no necesita eso, se usa la calculadora."

A pesar de la importancia del factor trabajo por ser actividades intensivas en mano de obra merece la pena explicitar dimensiones

79. Más adelante, al hablar de las técnicas utilizadas, se explicitará este tipo de telar.

referidas a los medios y técnicas de producción utilizados por ser actividades manufactureras.

En La Palma hay talleres que tienen su propia carpintería y otros que deben contratar a carpinteros para realizar lo que se denomina "el trabajo en blanco". En los talleres de carpintería, la mayoría cuenta con equipo bastante desarrollado (sierras eléctricas de diferentes tamaños, "roters", etc.) para poder hacer los diferentes tipos de piezas en diferentes tamaños. Este tipo de equipo fue introducido con el primer taller, "La Semilla de Dios", y por ser el establecimiento que desarrollaba -en un principio- todos los diseños nuevos, estos se creaban con un carpintero en particular. Al surgir más carpinterías y talleres, se han ido consiguiendo herramientas más especializadas para diferentes diseños. Muchos talleres lo han hecho con créditos de parte de las instituciones de apoyo presentes en diferentes momentos. Ha sucedido que alguna empresa comercial ha venido a dar capacitación sobre el uso de un equipo en particular para que los artesanos puedan conocer su utilidad, aprender cómo usarlo, con la expectativa de que lo compre. Un ejemplo de esto ha sido la de una ferretería que promocionó una lijadora que trabaja con aire. Sin embargo, varios artesanos dijeron que al igual que con la pintura, como se verá más adelante, lo que les enseñan lo hacen en el taller a base de prueba y error y estas capacitaciones sirven más bien para la comercialización de la compañía. También acaece que bachilleres, que han estudiado una carrera técnica industrial, sean contactados por los propios artesanos para que les enseñen el uso de un equipo o cómo realizar cierto diseño.

En cuanto a Comalapa hay que señalar que la tecnología básica no ha variado aunque sí se han introducido varias técnicas, influencia no solo de comunidades cercanas sino incluso de otros países como México. También los proveedores y los clientes de los artesanos influyen en el tipo de producto artesanal y a veces en los nombres de estos. En cuanto a las herramientas hay que mencionar que se sigue

SO. Es sorprendente que al "telar de palitos", que como artículo de adorno ya se vendía en Comalapa desde los años 70, ahora algunas artesanas le llamen "colombiana." O que al huipil con cierto modo de colocación de las hebras le llamen "zarapeado" o "tachoneado" al estilo mexicano. Esos términos generalmente los van introduciendo los clientes.

usando telares de cintura y de pie. Los primeros se encuentran en las viviendas, son utilizadas predominantemente por las mujeres mientras los segundos se les encuentra concentrados en talleres o bien diseminados en las viviendas de los operarios. Aunque son usados predominantemente por hombres también existen operarías mujeres que trabajan con telares de pie. Tanto los telares (armazón de madera) como el equipo para preparar los hilos se encargan a carpinteros y artesanos de la misma comunidad o región. Los de pie pueden durar hasta 20 años. Lo único que deben cambiar, de vez en cuando, son los peines que son importados de México, y las aviaduras que se arman según un diseño básico; cuando el diseño cambia mucho, es necesario mandar a armar otra aviadura.

Antes de que el conjunto de hilos llegue a montarse en el telar, debe pasar por todo un equipo de preparación que se compone del devanador de hilo o Chur o Redina (para sacar del rollo en que viene empacado y enmadejarlo de acuerdo con el tamaño de la trama) y el urdidor (para calcular las hebras por cada trama según el ancho de la tela que se va a preparar). También es necesario el rastrillo para montar el tejido, y la lanzadera o bobinadora que ya va siendo parte del telar. Si la tela a tejer llevara jaspe -sea "común" o "injertado"- este debe prepararse aparte, manualmente. Se trata de un procedimiento de amarre y teñido de grupos de hilos que, al soltarlos y ordenarlos, formarán ciertas figuras. Esos hilos son tramas que se tejen sobre la otra trama básica en el telar de pie. Así se forman las telas jaspeadas. Cuando estos jaspes tienen más de un color, la gente les llama "injertos." <sup>81</sup> Solo el trabajo de preparación del jaspe significa cinco días de trabajo por persona y más de 15 días para preparar todo el rollo de tela (unas 75 yardas mínimo).

Las herramientas y el equipo se aprende a usarlos dentro de la familia, desde niños. Usar el equipo para preparar los hilos es un oficio tanto para hombre como para mujeres, desde la adolescencia. Pero, esta habilidad solo la adquieren dentro de las familias que cuentan con telares de pie para elaborar telas. Muchas de las tareas artesanales también se aprenden entre artesanos del mismo lugar, o con artesanos de otras comunidades. Una vez que se aprende lo

81. Pero la Directora del Museo Ixchel recomienda no utilizar esa palabra injerto, aunque sí jaspe.

básico, sigue una etapa de prueba y error hasta que el artesano adquiere sus propias habilidades e incursiona en hacer sus propios diseños guardando sus secretos más importantes respecto de teñidos, diseños y montajes. No existe dificultad para que los operarios aprendan a usar las diferentes herramientas. En el caso de los talleres, los trabajadores solo deben aprender la elaboración específica del tejido o bien la confección de prendas, y eso no dura más que unos tres días. En el caso del taller de CEPCOMA, solo contratan a operarios con experiencia en el uso de las planas y "overlock", pues sus productos son confeccionados con este tipo de máquinas.

En CEPCOMA están tratando de introducir telares eléctricos para elaborar cierto tipo de telas, pero su valor es de aproximadamente 800 dólares estadounidenses y deben importarse. Para la elaboración de telas típicas no existen telares industriales porque no suelen resultar rentables. Tendrían que utilizarse diseños excepcionales para que solo el montaje -que resulta muy caro- valiera la pena. Las máquinas de coser, domésticas o industriales, son utilizadas también en los talleres grandes, cuando se trata de corte y confección de prendas y artículos. El taller de CEPCOMA, por ejemplo, cuenta con diez máquinas planas y dos "overlock". El de una de las informantes, uno de los más grandes de Comalapa, tiene unos 30 telares de pie y unas seis máquinas de coser domésticas. Otro de los informantes, cuya especialidad son las telas "de falsería", cuenta -al menos- con unos 25 telares de pie. No se ha constatado la existencia de máquinas planas industriales, propias de talleres con producción voluminosa, ya que la diversidad de prendas, su elaboración minuciosa y el constante cambio de diseños parecen imponer las máquinas domésticas de confección.

Es importante referirse a las técnicas de tejido utilizadas. Hace algunos años se comenzó a introducir una manera de tejer en telar de pie que hace más rápidamente los tejidos, se trata del llamado "telar de falsería" (por los que prefieren la técnica tradicional más difícil y fina) en la que los hilos ya no se "amarran" como en el jaspe, pero así lo parece. Uno de los artesanos entrevistado la denomina "técnica de lanceado o telar enmallado" que es tela para huípil sin jaspe, solo con figuras "lanceadas". En este telar trabajan dos personas, uno es el tejedor y el ayudante quéjala las "falserías." El telar de falsería es

antiguo, dice este informante, se comenzó a usar en San Pedro Sacatepéquez, departamento de San Marcos.<sup>82</sup> Además, existe la técnica de "birola" que produce una tela ancha de 72 pulgadas con un entramado que agarra varios hilos en lugar de uno y con ello resulta algo parecido al "medio marcador" que tejen las mujeres en telar de cintura y que se explícita en el próximo párrafo. Estos dos tipos de telares hacen telas (de corte y huípil) muy parecidas a las tradicionales de telar de pie, pero con la diferencia de que se produce en mucho menos tiempo. Sin embargo los consumidores no se dejan engañar e, inmediatamente, reconocen como ha sido hecho el tejido. Así, para las mujeres la tela "enmallada" y la tela de birola no son bien apreciadas para sus huípiles ya que prefieren tejidos más finos y tradicionales. Sin embargo, son telas muy demandadas para la confección de muchas prendas del hogar y sus diseños son muy atractivos por lo que se venden mucho en los almacenes de la ciudad capital.

Además de los tejidos, existen otras técnicas adicionales que se aplican en las diferentes prendas artesanales (individuales, tapetes, huípiles, etc.). Cabe destacar, en primer lugar, el brocado, que consiste en tejer un dibujo sobre el tejido básico. Se hace mientras se va elaborando el tejido, no es bordado. Las artesanas le llaman a esta técnica "marcadores" y ahora se usan también "medio marcadores". Su uso es muy común y tiene mucha demanda entre las mujeres actualmente. Algunas artesanas dicen que su utilización es reciente y pudo haberse iniciado en San Antonio Aguascalientes, pues ellos usan una técnica que es de "doble lado" que no tiene revés ni derecho. Sin embargo, el Museo Ixchel ha registrado el uso de marcadores desde hace mucho más años, y se considera que es una influencia del telar de pie en el telar de cintura. Las mujeres insisten en que huípiles con marcadores no se veían antes del terremoto de 1976. También se hacen brocados a base de tejer con agujas sobre el tejido cuando este se está elaborando. Otra técnica es el bordado, que es a mano o a máquina sobre la tela del huípil ya terminado. De esta técnica, que es más industrializada, proviene el incremento en el uso de las famosas

82. No hay que confundirlo con la comunidad que ha constituido uno de los universos del escenario de subcontratación, del mismo nombre, pero que se ubica en el departamento de Guatemala.

"blusas" que son huípiles hechos con tela comercial, de diferentes colores y diferentes bordados y diseños. Las jóvenes usan mucho estas blusas pues su costo máximo puede ser de unos 300 quetzales, pero se pueden encontrar hasta de 40. Esos precios contrastan con los huípiles originales que en promedio pueden costar unos 700.

Regresando al cuadro 4.2, se puede observar que es, en relación con la inserción mercantil, que las diferencias son más patentes entre ambos universos. Primeramente, aunque en los dos casos, la intermediación predomina, en Comalapa está en manos de personas de la propia localidad (las que las artesanas suelen denominar como «regatonas»), mientras que el universo salvadoreño está controlado por agentes extracomunitarios. En este sentido, este último caso mostraría menor integración a la economía local que la situación guatemalteca. Segundo, la gran mayoría de la producción de La Palma se comercializa en San Salvador. Se puede inferir que es la capital donde esta artesanía entra en contacto con el turismo internacional. Por el contrario, en el caso de Comalapa este contacto, además de la propia capital, remite a la categoría de "resto del país" que se refiere a lugares turísticos tradicionales: Antigua, Panajachel y Chichicastenango. Añadamos que, en ambos universos, un quinto de los casos exportan lo que refleja así lo mencionado en la introducción: no es solo a través del turismo internacional sino también de canales alternativos de exportación que la actividad artesanal se vincula con el proceso globalizador. También es importante resaltar que, en el universo guatemalteco, un cuarto de los artesanos no sabe dónde se comercializan sus productos, lo cual muestra su falta de conocimiento del mercado y, por tanto, las grandes dificultades de una inserción directa en este.

Esta visión del mercado se puede profundizar a partir de la información cualitativa recabada. En el caso de La Palma, el tamaño del taller y las habilidades del artesano determinan -en gran parte- a qué tipo de mercado se dirige el producto. Así, los establecimientos pequeños de naturaleza familiar tienden a vender localmente o a los grandes mercados artesanales en San Salvador. El producto tiende a ser más barato y de menor calidad tanto en los materiales como en el acabado. Hay familias que lo venden directamente o a través de intermediarios. También están los mercados locales con los turistas

que llegan principalmente de San Salvador o los que vienen de Honduras a través de la frontera El Poy. Hay una variedad de tiendas que venden los productos locales, muchos de ellos hechos en casa, pero también comprados a otros artesanos más pequeños de la localidad. Los mercados regionales son otra opción. Por ejemplo, **CORDES** (otra **ONG** que trabaja en la zona de Chalatenango) tiene, como se mencionó en el apartado anterior, una tienda de artesanía en Chalatenango para la venta de los productos de artesanos de la zona, principalmente de comunidades de desplazados de la guerra reasentados. Hay varios artesanos de La Palma que tienen productos en esta tienda, **PRODESAR** ha abierto otro local en San Miguel donde también se venden artesanías de la Palma. Y hay que mencionar también que esta institución y Prochalate tienen una tienda de artesanía en Cerro Verde, Sonsonate, pero como se ha cerrado el hotel, esta casi no funciona.

**PRODESAR** y varios artesanos han logrado incursionar en mercados internacionales. El primero en hacerlo fue el taller "La Semilla de Dios" que buscó un mercado basado en productos religiosos. Este intento sigue siendo una motivación importante para la comunidad. Como se mencionó en el apartado anterior, distintos dirigentes de organizaciones artesanales han realizado viajes al extranjero con el objetivo de establecer contactos con clientes potenciales. Así, hace un par de años, el actual presidente de la Cooperativa La Palma vendió su vehículo para realizar un viaje a Alemania y participar en una feria para explorar posibilidades, aunque no es claro si tal esfuerzo dio frutos concretos o no. Uno de los problemas que se mencionó era de que, en muchos de los mercados de Europa, se exige el sello de sindicalización,<sup>83</sup> lo cual no es realmente relevante para comunidades artesanales como La Palma. Por su parte, el vicepresidente de la Cooperativa La Palma fue a una feria en España en mayo de 1998, gracias al apoyo de **PRODESAR**. De nuevo, no se han visto aún frutos concretos. Hay otros artesanos y artesanas que han viajado a Europa para vender sus productos. Un grupo de mujeres, que se organizaron hace unos cinco años, llamado Grupo La Esperanza ha hecho viajes a Estados Unidos, Francia y Alemania.

83. Sello que muestra la existencia de organización sindical de la empresa en c

Hay varias organizaciones de solidaridad y apoyo internacional (CRISPAZ, Oxfam, 10,000 Pueblos, Proyecto El Salvador, entre otros) que realizan pedidos grandes con dos cooperativas: el Taller Jesús Obrero y Semilla de Dios.<sup>84</sup> Otros talleres ya tienen sus contactos en el exterior o trabajan con las grandes tiendas de artesanía fina en San Salvador que también exportan, por ejemplo Nahanche, Casa de la Artesanía y COEXPORT, entre otros.

Durante 1997 se han hecho más esfuerzos en abrir nuevos mercados de artesanía, particularmente en el exterior. En este han confluído varios intereses y entidades desde **ONG** nacionales e internacionales, instituciones gubernamentales y la empresa privada. Por ejemplo, en noviembre de 1997, como ya se ha mencionado, se organizó con **CONCULTURA** (organización gubernamental de promoción de la cultura), **CORSATUR** (organización privada de fomento del turismo) y **PRODESAR**, una feria en La Palma. Fue realizada en un hotel, en las afueras de la comunidad, con la finalidad de atraer a potenciales compradores/intermediarios nacionales e internacionales que exportan. Los artesanos compitieron para diseñar el logo. Según **PRODESAR**, el evento tuvo un éxito relativo. Los testimonios sobre la participación de **CORSATUR** son contradictorios: por un lado, se señala que se había encargado de traer buses llenos de turistas pero no trajo a nadie; pero, por otro lado, según la Casa de la Cultura de La Palma, esta entidad ayudó mucho con la publicidad y promoción.

Es importante mencionar el programa del gobierno nacional de competitividad con el apoyo del Grupo Monitor. En este se han identificado cuatro "clusters" (artesanía, migrantes, café y corte y confección) para ser promovidos como nichos de ventaja competitiva en El Salvador. Monitor ha estado trabajando conjuntamente con **PRODESAR** para promover la participación de artesanos en diferentes foros, grupos de discusión, etc., del "cluster" de artesanía. Varias personas de La Palma han asistido a varios de estos eventos. En concreto han sido 18 artesanos a escala nacional los que han participado en las reuniones del "cluster" artesanal. Ocho son de La Palma y su selección no responde a criterios demasiado claros. Una carta

84. Estas representan los únicos esfuerzos cooperativistas, en sentido pleno, ya que los socios son los dueños del taller y la producción está hecha en forma cooperativa y no solo la venta como el caso de otras experiencias.

de invitación para participar por parte de **PRODESAR** fue extendida y la cooperativa La Palma seleccionó a varios de los participantes. En el momento del trabajo de campo, el programa de competitividad está organizando un evento en Los Ángeles, Estados Unidos, para empresarios salvadoreños. En los testimonios recabados, se han encontrado quejas, en primer lugar, dirigidas a la embajada del país donde se celebrará la reunión ya que no ha facilitado la emisión de visas. Pero, más importantes son las quejas referidas a la forma de selección de participantes, ya que se menciona discriminación política. Un problema ya apuntado en el apartado anterior y que es de gran relevancia para entender la dinámica interna de este universo.

Uno de los factores críticos, en la inserción en el mercado, es la habilidad del artesano en responder a las demandas de sus clientes en términos de calidad, volumen y tiempo de entrega. No se puede decir que haya falta de creatividad en la comunidad. Aunque hay muchos artesanos que trabajan a base de la imitación, siempre hay productos nuevos en el mercado. En este sentido, hay que mencionar que **PRODESAR** tiene una diseñadora que trabaja con un pequeño grupo de artesanos con capacidad para adaptar diseños e ir creando nuevos productos con el apoyo de esta técnica. Pero este intento parece que excluye a un buen grupo de artesanos que carecen de iniciativa u organización empresarial. Ejemplo concreto de esto son los miembros de la cooperativa "Jesús Obrero", con diseños realmente novedosos y con una calidad excelente, pero tardan meses en cumplir un pedido; estos nuevos diseños no están en la tienda de San Salvador. Además, uno de los principales problemas que enfrentan es el de flujo de capital; cuando una agencia de cooperación quiso trabajar con ellos, por medio de un préstamo, los socios no quisieron asumir riesgos a pesar de que tal ayuda les significaba poder terminar el pedido a tiempo y pagar a los trabajadores.

En cuanto a Comalapa, hay que señalar que existen tres formas de comercialización. En primer lugar, las productoras individuales, generalmente de huípiles tradicionales y otras prendas pequeñas, venden a través de intermediarios locales como dueños de tiendas de la propia comunidad; o bien, les venden a personas que reúnen las prendas de varias tejedoras para venderlas en la capital o en otros mercados regionales. Los huípiles cada vez son menos comprados

por turistas. Segundo, existe la producción para el mercado nacional y regional, por medio de intermediarios que llegan a Comalapa, de productos tales como telas, servilletas, individuales. También estos productos pueden exportarse. Y tercero, existe la producción para el exterior. Muy pocos artesanos tienen licencia para exportar, por lo que la modalidad más recurrente es vender a exportadores.

En el caso de **CEPCOMA** no tienen clientes nacionales fuertes (a veces venden a organizaciones populares pequeñas cantidades) y su principal cliente es un exportador quien diseña los productos conjuntamente con ellos, expone los productos en ferias en el exterior y, a partir de ahí, hace los pedidos. Aparte de este cliente, también exportan directamente a Alemania, **CEPCOMA** trabaja solo basándose en pedidos pues no están en capacidad financiera para arriesgarse a lanzar sus propios productos. Un caso interesante a reseñar es el de una de las principales productoras, cuyo taller forma parte de una pequeña empresa comercializadora fundada con la ayuda de la ONG Fundación Belhrost, con sede en Chimaltenango, que ya hemos mencionado en el acápite precedente. La empresa de exportación se llama *Mayan Works* y vende en Estados Unidos y España. Sus clientes les pagan un 50% de anticipo. Una informante relacionada con esta empresa opina que la exportación es más segura, aunque ha bajado mucho; pero está contenta con el mecanismo organizativo encontrado, después de muchas experiencias anteriores por las que ella pasó, incluidas las cooperativas. El grupo *Mayan Works* está constituido por artesanos de diferentes comunidades de Chimaltenango y otros lugares. Producen artículos de primera calidad; no venden en el mercado nacional ni local; y trabajan según pedidos. Ella trata de no tener inventario pues... "no se puede tener el dinero guardado" y no se ha atrevido a lanzarse individualmente como exportadora. Por su parte, otra de las informantes está en una situación menos ventajosa. Actualmente, solo vende a intermediarios que llegan a Comalapa y no se ha atrevido a ir a buscar clientes a la ciudad... "porque ellos ya tienen asegurado a quien le compran; además, la capital es muy peligrosa, a una amiga le robaron todo..." Y en otro caso, dueño también de un taller grande de telas, tiene intermediarios nacionales que son exportadores, y también vende a los almacenes de la capital. No exporta ni vende directamente.

Para el mercado de exportación, la modalidad más frecuente es que un exportador se vincula a un grupo de productores que le proveen la suficiente cantidad y calidad para cubrir el volumen que se requiere. Por eso es importante la organización de artesanos, porque individualmente no pueden tener capacidad de volumen para exportar, como también para el manejo de los contactos directos, los trámites, etc. En cuanto a las posibilidades de expandir los mercados, hay dos opiniones encontradas. Los artesanos preferirían buscar clientes exportadores, a ello les ven mayor seguridad, ya que al mercado nacional le ven menos perspectivas. La Gremial opina que hay que revertir la tendencia declinante de la exportación, pero que también se puede pensar en el mercado nacional. Por la naturaleza de su mandato, su prioridad es el mercado externo y para ello están haciendo esfuerzos para el mediano y largo plazo. Mientras que, tanto **ACT** como **CEPCOMA**, no ven como prioridad el mercado externo, lo ven más difícil. Opinan que deben hacerse esfuerzos dirigidos al ámbito nacional. En ambos casos, se considera que existen grandes retos para revertir la baja en la comercialización de artesanía. Para la exportación, además de que los factores políticos no deben ser perjudiciales, se deben hacer esfuerzos en la calidad de los productos y en la innovación como en la promoción exterior de Guatemala como país artesano. Respecto al mercado nacional, en tanto este es selectivo y cambiante, lo principal es la promoción de la artesanía junto a la valoración de lo autóctono, además del mejoramiento de la calidad. Un proyecto como el de **MENMAGUA** es algo a trabajar más a largo plazo: la producción masiva de vestuario tradicional indígena a bajo costo.

En cuanto a **AGEXPRONT**, su prioridad ahora es incursionar en el mercado europeo, y fortalecer el norteamericano. Han entregado al Ministerio de Economía un plan nacional de desarrollo de artesanía con propuestas a corto, mediano y largo plazo. En enero del presente año comenzó a funcionar el programa **PROART** (1997-2000) con fondos de la Unión Europea. La contraparte gubernamental es el Ministerio de Economía y la **AGEXPRONT** es la entidad ejecutora. El programa tiene dos estrategias. La primera es la del área de producción, que consiste en proporcionar capacitación microempresarial a artesanos en siete departamentos del país acerca de costos, mercadeo

etc. La capacitación se financia con fondos de proyectos de la Unión Europea que ya tiene presencia en esos departamentos. Además, se creó el Centro de Diseño y Desarrollo Artesanal -CEDART- con sede en Quetzaltenango- el cual promueve giras didácticas de artesanos a las tiendas de la capital para ver calidad y tipo de productos. En esta área de producción se trabaja por una campaña por la calidad, la cual incluye las mencionadas giras y cursos de capacitación. Y la segunda estrategia concierne al área de comercialización que consiste en exhibiciones itinerantes en ocho ciudades de Europa, estableciendo contactos con importadores. Promueve la participación de productos guatemaltecos en ferias en Europa, Japón, Estados Unidos. Como parte de esta área, el CEDART contrató recientemente algunas expertas diseñadoras, quienes, conjuntamente con productores y exportadores, han diseñado más de un centenar de nuevos productos elaborados a base de textiles, fibra vegetal, madera y cerámica, en procura de ser exportables. En el área de textiles se promueve la mantelería y decoración del hogar.

El enfoque de los nuevos productos es buscar su utilidad. Este centro trabaja en vinculación con unos 30 grupos de artesanos de diferentes partes del Altiplano Occidental. Se presentan opciones de diseño a los grupos y a los exportadores para analizar su viabilidad. Actualmente, están promoviendo 132 productos nuevos artesanales, a los cuales los exportadores les ven potencialidad. Estos entrarán ya en una fase de elaboración de muestras, las cuales comenzarán a exhibirse en diciembre del presente año, tanto a escala nacional como internacional. Se pretende presentarlos en eventos con embajadores, encargados de negocios, representantes de importadores, etc., para llevarlos, posteriormente, a ferias internacionales. Ya para inicios de 1999 se tienen programadas otras giras internacionales. El enfoque con el que este programa trabaja es buscar el diseño de productos útiles y promocionar al máximo, por eso se están diseñando productos decorativos. Consideran que el mero valor cultural no es suficiente, hay que crear un mercado que demande la artesanía que también es útil a las necesidades del hogar y de las personas.

Retornando de nuevo a este cuadro 4.2, la provisión de insumos muestra que en La Palma se obtienen fuera de la comunidad, mientras lo contrario sucede en Comalapa donde se insinuaría mayor integra-

ción de la actividad artesanal con la economía local. No obstante, es necesario cualificar estos resultados. En el universo salvadoreño varios son los insumos utilizados pero destacan la madera, las semillas de copinol y la pintura. En cuanto a la primera, se importan, principalmente, de Honduras, y si bien hay proveedores locales, los artesanos suelen buscar mejores precios fuera de la comunidad. **PRODESAR** ha ayudado con la adaptación de maderas más baratas como el uso de "plywood" elaborado a partir de residuos madereros. Por su parte, las semillas de copinol son recogidas por campesinas de la zona y vendidas localmente. Y, en el caso de la pintura, se compra tanto de una marca internacional muy conocida así como de una compañía mexicana que ha comenzado a vender recientemente en El Salvador. Los artesanos consiguen pequeñas cantidades en la tienda de la cooperativa "La Palma" pero la mayoría adquiere el producto en la capital por razones de precios. Estas dos empresas de pintura han realizado, conjuntamente con **PRODESAR**, seminarios para compartir nuevas técnicas y el uso de productos no tóxicos. No obstante, algunos artesanos consideran que tales eventos no les proporcionaron nuevos conocimientos.

Continuando con este aspecto de los insumos y refiriéndonos a Comalapa, varias son las materias primas utilizadas ya que los artesanos de esta localidad producen tanto en el rubro de hilados y tejidos (fajas, tela para monederos, para huípiles, para adornos típicos y telas típicas, en general para otro tipo de artículos) como en el de artículos confeccionados con textiles (huípiles, cortes simples y jaspeados, tapetes, individuales para comedor, bolsas, mochilas, maletines, monederos, manteles, delantales, servilletas, chumpas, y una variedad de artículos decorativos para el hogar). Una primera materia prima es el hilo que suele ser, especialmente, de algodón mercerizado (hilo "mish") de distintas calidades (blanco, natural o teñido). Generalmente se compra en Salcajá (proveniente de la fábrica Cantel) o de las fábricas de Guatemala que tienen distribuidor en la región (en Quetzaltenango o Totonicapán) y a distribuidores locales. No suele haber problemas con la provisión de los pedidos, aunque la calidad no siempre se garantiza y, a veces, los artesanos tienen que "refinar" el hilo que compran para poder estar seguros.<sup>85</sup> También se usan otras clases de hilos: la altaseda que es un hilo fino de seda y

con variantes de calidad, es importada de México y distribuida localmente; la chivolana es lana "más torcida" y mercerizada que se compra en Tecpán, además de otro tipo de lanas; la lustrina (hilo mercerizado de colores para brocados y bordados) es de fabricación nacional; la sedalina también para brocados y bordados. En cuanto a los tintes, en algunas ocasiones los artesanos tificen los hilos de forma empírica, adquiriéndolos en fábricas nacionales o bien utilizando tintes importados. Se compra por onza y solo para ciertos colores. Los ácidos **AZO**, dice uno de los principales productores de tela de Comalapa, están en los tintes fuertes como el azul y rojo.

"...Cuando vamos a elaborar mucha cantidad de tejido, preferimos cuidar la calidad del tono del hilo, tiñéndolos nosotros mismos, porque es un problema que nunca tenemos el mismo <sup>86</sup> tono y calidad del hilo."

Y, finalmente, en cuanto a las telas, si bien son un producto final, también constituyen un insumo para elaborar artículos confeccionados. Por ejemplo, el taller de **CEPCOMA** utiliza las telas de trama básica producidas por sus asociados de Paxtocá, Nahualá y San Antonio Palopó. Pero en ocasiones, cuando no se va a utilizar mucha tela, debe comprarla a vendedores de Guatemala o Chimaltenango, ya que no puede encargarles a sus asociados cantidades menores a 75 yardas que no resultaría rentable para ellos. También se usan otras telas no típicas, por ejemplo la de algodón para forros de bolsas y mochilas, y la tela "batista", ambas se adquieren en el mercado central de Guatemala. Las "telas de tejidos" que llevan otras tramas además de la básica, se elaboran en Comalapa, por ejemplo la de monederos que es distinta a la de otros adornos y de los lienzos para huípiles.<sup>87</sup>

85. Casi todo hilo teñido baja de tono al tejerlo por lo tanto, cuando se va a tejer grandes cantidades del mismo color siempre hay problemas con la uniformidad del tono del color. Asegurarse de que la calidad del hilo depende de la marca y de la experiencia propia del(de la) artesano(a) para distinguir sus calidades.
86. Este informante se queja de que los alemanes fueron quienes más exportaron tintes azoicos y ahora son quienes, primero, los prohíben.
87. En este rubro de insumos hay que incluir también a la aviadura que es una pieza del telar de pie confeccionada con madera y cáñamo, que sirve para acomodar los hilos según el diseño programado. Se compra el cáñamo en Salcajá y se mandan

De lo reflejado en este cuadro, Comalapa parecería un caso donde la actividad artesanal, en cuanto a la obtención de insumos, parece más integrada a la economía local que La Palma. No obstante, esta integración no implica que los artesanos superen un problema básico ya que ellos deben comprar al contado todos los insumos mientras que, en cuanto a sus ventas, los intermediarios las compran a consignación y no pagan inmediatamente.

Las diferentes facetas del entorno se reflejan en el cuadro 4.3. En cuanto al institucional hay que recordar el conjunto de entidades que estarían incidiendo en las respectivas actividades artesanales tal como se describieron en el apartado previo de este mismo capítulo. Los datos de la encuesta muestran que los artesanos, en ese año, no han hecho mayor utilización de los servicios disponibles. Hay mayor uso de estos en La Palma, pero las diferencias resultan ser significativas solo en términos de capacitación. En este sentido, merece la pena mencionar el esfuerzo, llevado a cabo por el alcalde de esta localidad, por desarrollar un centro de capacitación artesanal. Hace poco se terminó la infraestructura para el centro y principios de 1998 se inició el primer curso allí. Además, este centro se ha erigido como espacio para solucionar problemas de delincuencia juvenil. En el último año ha habido problemas crecientes con "maras" (pandillas juveniles) que han cometido diversos actos delictivos. Nadie de la comunidad había podido acercarse para ver como trabajar con ellos. La tensión alcanzó su punto culminante cuando se dio un enfrentamiento con la fuerza del orden y el jefe de la pandilla resultó herido y un policía murió. En esa coyuntura, un señor evangélico y artesano logró platicar con ellos y les ofreció un espacio de trabajo. Empezaron a llegar a su taller y, simultáneamente, la Procuraduría de Derechos Humanos y los Juzgados de los Menores buscaron, en conjunto, como solucionar el problema con estos jóvenes. Se habló con varias ONG tales como CREFAC (Centro de Reorientación Familiar), FundaUngo

a hacer en la misma comunidad o también en Salcajá. Los artesanos saben preparar esta pieza con sus cañamos, pero generalmente prefieren encargar su elaboración a otros. Y hay otro tipos de insumos tales como esponja y esponjín, relleno para muñecos, zíper, jaladores, entretela para camisas y otras prendas, elástico, cartón, madera, barro, bejuco, mecapales, veleros, silicón, y otra variedad de materiales. La mayor parte de fabricación nacional que se adquieren con distribuidores locales o bien en Quetzaltenango o la capital.

Cuadro 4.3

**ARTESANÍA: ENTORNOS DEL ESTABLECIMIENTO  
POR LOCALIDAD**

Variables	La Palma (n = 48)	Comalapa (n=49)	Total (n = 97)	p < <sup>a</sup>
PRÉSTAMO (%)	29.2	16.3	22.7	.131
CAPACITACIÓN (%)	39.6	6.1	22.7	.000
PERMANENCIA (%)	40.4	47.9	44.2	.462
REDES (%)	70.8	20.4	45.4	.000
AMENAZA (%)	55.2	61.3	58.3	.631
CRÍTICAS (%)	76.6	30.6	53.1	.000
ASOCIACIÓN PARA PRODUCIR (%)	20.8	4.2	12.5	.016
AFILIACIÓN GREMIAL (%)	22.9	24.5	23.7	.856

a. Prueba chi-cuadrado.

Fuente: Encuesta realizada.

(Fundación Guillermo Manuel Ungo), Fe y Alegría, los Salesianos, y **FEPADE** (Fundación para el Desarrollo Empresarial). Se logró un compromiso entre esta última **ONG**, la Procuraduría y los Juzgados, y con financiamiento del **BID** (que está apoyando a otros seis grupos semejantes en otros lugares del país) se ha iniciado la capacitación laboral de esos jóvenes con la idea de formar una empresa. Ha sido en este contexto que la Alcaldía ha prestado el centro para la capacitación de estos jóvenes. Iniciaron 20 pero, debido a diferentes razones, participan actualmente entre 10 y 12. El curso que están recibiendo en las tardes es de carpintería industrial. El instructor trabaja con **FEPADE** y vive en el centro de capacitación. Parte del equipo es de esta institución con otra parte donado por la Procuraduría. Están aprendiendo a hacer muebles de calidad y después de esta capacitación, se van a especializar y de allí el desarrollo gerencial. Actualmente se está buscando financiamiento para el arranque de la empresa que se quiere promover con estos jóvenes. En las mañanas.

trabajan en artesanía en un cuarto al lado del salón de clases. Además de esto, la Procuraduría facilita reuniones mensuales entre los jóvenes y la policía para que cada uno pueda decirse sus "cosas" y así se espera abrir un diálogo entre los dos grupos. Esta "mará" se ha formado a partir de una pandilla de Apopa, en la periferia norte de San Salvador. Las cosas han mejorado por el momento pero hay un problema con los jóvenes que desertaron del programa y miembros de la comunidad que han estado trabajando con la juventud no saben qué hacer o cómo acercarse a estos jóvenes.

Esta dimensión del entorno institucional sirve también para profundizar la problemática del financiamiento. Así, en el caso de La Palma, para iniciar su taller muchos empiezan poco a poco con sus propios ahorros. Para pintar no se requiere mucho equipo: los pinceles, pintura y, sobre todo, habilidad, por lo general aprendida en un taller familiar o particular. Al querer crecer o conseguir mayor cantidad de materia prima, muchos acuden a los préstamos. Hay prestamistas locales que cobran entre 5 y 10% mensual. A pesar de ser muy alta la tasa de interés, los que tienen un taller y necesitan conseguir material a corto plazo, acuden a los prestamistas porque es mucho más flexible el trato ya que implica menos tiempo para realizar los trámites que con instituciones crediticias formales. Para los que no pueden pagar tanto o el tiempo de adquisición no es tan primordial para el uso de préstamos, pueden acudir al banco formal. Pero en este piden requisitos de garantía que la mayoría como artesanos no pueden cumplir. Otra opción son las instituciones no gubernamentales que ofrecen créditos. ProChalate y ADEL proveen préstamos por medio de apoyo a la microempresa en un sistema de banco no formal. La tasa de interés con que trabajan es 1.5% mensual y son más flexibles respecto a garantías y otros requisitos. PRODESAR ofrece créditos también y desde principios de los 90 cuando era uno de las pocas ONG trabajando en la zona y representaba la única fuente de financiamiento para muchos de los artesanos. Su tasa de interés es de 1.75% porque trabajan con fondos de la banca formal.

En cuanto a Comalapa, cuando un(a) artesano(a) se inicia, generalmente lo hace con sus pequeños ahorros o recurre a un préstamo familiar, sobre todo porque se requiere invertir en una cierta cantidad de materia prima, que es lo más caro. Así, una de las

artesanas entrevistadas cuenta que comenzó hace 33 años con su taller, con unos pequeños ahorros de la agricultura; ya sabía tejer, pero luego tuvo que aprender a coser a máquina. Otra artesana se inició con una señora en Antigua pero allí conoció a un intermediario que le ofreció comprar sus propios productos si se atrevía a independizarse. Eso fue hace 15 años y la familia le ayudó con un préstamo. Ambas, en el transcurso de los años, especialmente en los últimos, han recibido pequeños préstamos de algunas instituciones como el Banrural (antes Bandesa) y la Asociación de Cooperación Técnica, una antigua **ONG** convertida hoy en una empresa financiera que otorga créditos en la región desde hace varios años. Los préstamos que han adquirido estas artesanas han sido de 4,000 quetzales, que luego se han incrementado a 7,000. Estos pueden ser prendarios e hipotecarios, pero **ACT** comprueba sobre todo el nivel de producción para elegir el monto a proporcionar. Esta institución tiene la ventaja de haber instalado una sucursal en el propio Comalapa, con ello facilita las gestiones de los artesanos. El mínimo que se da es 2,000 quetzales y el máximo 10,000. Actualmente, los artesanos grandes ya están pidiendo 20 ó 30 mil y **ACT** está estudiando la posibilidad de proporcionarlos, ya que la experiencia de pago por parte de los artesanos ha sido bastante satisfactoria. Los plazos de los créditos pueden ser de 12 y 18 meses con una tasa del 30% anual sobre saldos, prácticamente una tasa comercial. Pero los requisitos son más simples. En cuanto a **BANRURAL**, actualmente una entidad de capital mixto, posee un mandato claro en apoyo al pequeño productor, con condiciones preferenciales y trámites ágiles. La estructura de dirección de **BANRURAL** está conformada por varios sectores sociales que han ingresado pequeños capitales: entre ellos las cooperativas y las **ONG**.

No se mencionaron otras entidades que actualmente estén apoyando la financiación de la actividad; al contrario, las posibilidades de crédito son más limitadas cuanto más pequeños son los establecimientos artesanos. Los bancos comerciales son prácticamente inaccesibles, sobre todo por la cantidad de requisitos por llenar. Preguntando sobre programas de apoyo a la microempresa o a cooperativas, se expresó desconocimiento de esos mecanismos y, en algunos casos, decepción. Una artesana incluso mencionó que **ARTEXCO** ha recibido cuantiosos recursos para apoyo del artesanado, pero

no se notan los resultados. En cuanto al grupo de **CEPCOMA**, la falta de financiamiento es uno de sus principales problemas, puesto que actualmente está atravesando un momento muy difícil; tiene demanda de productos, pero no tiene capital disponible para invertir en insumos; por lo tanto, no puede comprometerse con esos pedidos. **MENMAGUA**, entidad que lo apoya, dispone de recursos limitados para ello y muchas organizaciones que debería atender.

En **AGEXPRONT** existe una importante concentración de información sobre todo tipo de asistencia, incluida la financiera. Por ejemplo, existe un programa del **BCIE-UE** que se llama **FOEXCA** (Fondo para el Fortalecimiento de las Exportaciones Centroamericanas). Evidentemente, los agremiados a **AGEXPRONT**, siendo mayormente exportadores y no productores, son quienes tienen acceso a esas posibilidades de información y apoyo; al contrario de los artesanos productores, especialmente los pequeños. Se preguntó a varios dueños de talleres si les interesa ser miembros de la Gremial y solamente una artesana mostró interés, pero desconocimiento de los beneficios y de la forma de afiliarse. Lo que es importante resaltar es que en el sector artesanal, generalmente las actividades productora y exportadora están separadas. La mayor parte de los que exportan artesanía no son productores. Como dijeron los funcionarios de **AGEXPRONT**, la modalidad más frecuente es que los exportadores busquen a varios artesanos que les provean productos.<sup>88</sup>

Regresando al cuadro 4.3, se puede observar que existe movilización de capital social. Es en relación con la introyección de valores y la solidaridad confinada que los resultados son parejos en ambos universos. Así, por un lado, un poco más de la mitad del total de los artesanos estaría dispuesto a dejar su actual actividad si encontrara otro trabajo mejor remunerado. Esto es indicativo de la precariedad económica de este escenario. Y, por otro lado, hay percepciones generalizadas de amenaza de competencia extracomunitaria. En cuanto a la solidaridad confinada y la confianza exigíoles, La Palma se muestra como una comunidad donde hay mayor movilización de

88. Recordemos que, en Guatemala, existen cuatro programas de apoyo a la microempresa: el gubernamental que es una prolongación del pionero **SIMME**; **PROSIGUA** de la Unión Europea; el Programa Global de Crédito para la Micro y Pequeña Empresa del **BID**; y el Programa de Promoción Ocupacional (**PROMOCAP**) de la **GTZ**.

capital social que Comalapa. Si bien ambos universos fueron escenarios del respectivo conflicto bélico, lo cual ha incidido en las relaciones al interior de la comunidad, postularíamos que los efectos han sido más negativos en el caso guatemalteco. Esta sería una de las razones principales de la menor movilización de capital social en ese universo respecto a La Palma.

Esta dimensión de entorno socio-cultural remite a dos problemáticas que pueden ser abordadas en profundidad. La primera es la que tiene que ver con la amenaza de competencia externa. Es interesante destacar que este es un tema que, desde el punto de vista de informantes claves, tiende a relativizarse. Así, en La Palma nadie ha enfatizado el tema de la competencia externa. Se señala que hay talleres que están afuera de La Palma que producen artículos semejantes, pero los artesanos realmente no los perciben como amenaza. Sin embargo, el promotor de **PRODESAR** ha mencionado que los costos de las artesanías de Asia y México son muchos menores, principalmente por el precio de la madera, por lo que no hay nada que los artesanos puedan hacer. Sin embargo, no parece que los artesanos perciban esta competencia con la excepción relativa de los que están exportando. No obstante, se puede identificar dos tipos de reacciones: por un lado, esta competencia no afecta porque son productos diferenciados; y por otro lado, si los productores de La Palma logran establecer buenas relaciones con los intermediarios internacionales se pueden asegurar su venta. Quizás la mayor parte de la competencia es entre los mismos productores que compitan por el mercado nacional o los que tienen talleres en otros lugares de El Salvador y logran un nicho en el mercado nacional o internacional. Sin embargo, la aglomeración tiene sus ventajas ya que concentra territorialmente a los artesanos, con sus diferentes productos, lo que facilita las acciones de los intermediarios.

En cuanto a Comalapa, los artesanos también consideran no tener competencia en otras comunidades, sino dentro de ella misma. Esto remite a la concepción indígena sobre el mercado. En este sentido, merece la pena traer a colación el testimonio<sup>89</sup> que argumenta que

89. El mismo es del ingeniero Colom y pertenece al universo de San Pedro Sacatepéquez, que es también una comunidad indígena.

entre los pueblos indígenas, se ha dado una división de la producción y se comparte el mercado:

"... Uno va a San Pedro Sacatepéquez, está la confección de ropa, San Juan, las flores, de San Francisco el Alto traen chumpas, pantalones, etc., Quiche, los sombreros, San Pedro Sacatepéquez de San Marcos son los suéteres, Quetzaltenango, etc. ... como que cada lugar se especializó en productos y comparte el mercado interno. Le estoy hablando en general del sistema de mercados indígenas, ellos no se pelean el mercado sino se lo comparten. Compiten dentro del mismo pueblo pero no con otro. El indígena es consumidor de los productos de ellos, tal vez no de los productos industriales, pero no se puede decir que no hay mercado indígena. Tiene su propia filosofía. Nosotros le decimos mercadeo ellos le dicen comercio y no hay que subestimarlos ya que son esquemas comerciales e industriales propios."

Sin embargo, no se puede ignorar la preponderancia de un mercado guiado por lógicas capitalistas y, en general, se termina por reconocer que productos similares se producen en otros lados, pero de menor calidad que llenan el mercado. Así, la coordinadora de CEPCOMA dice que hay competencia en los mercados de Quetzaltenango y Antigua ya que los artesanos llevan los mismos productos más baratos pero de más baja calidad.

"...Nosotros le vendemos a determinadas instituciones y empresas a quienes les preocupa la calidad, ellos no buscan en el mercado."

Tanto ellos como los artesanos que producen para la exportación, no están muy preocupados por esa competencia regional, pues de momento tienen pedidos seguros. Pero sí les preocupa el deterioro de la imagen de calidad de la artesanía guatemalteca en el mundo. Una persona entrevistada en MENMAGUA considera que:

"... hay una producción en masa no tecnificada que ha dañado la imagen y la credibilidad de la artesanía. Antes venían turistas a Chichi(castenango) y Panajachel que se llevaban grandes cantidades de artesanía, ahora el comercio en esos lugares ha bajado."

Como ya se señaló, también se percibe una fuerte competencia de otros países con tradición artesanal. La India y África son lugares más mencionados por los artesanos dueños de talleres grandes, quienes son las personas más conscientes de ello.

Los artesanos de manera individual no parecen estar en la capacidad de afrontar ese problema. Aparte de que insisten en que lo que deben hacer es conservar la calidad de sus productos, a pesar del aumento en el precio de los insumos y de las dificultades para mantener activo el taller, no vislumbran otras alternativas individuales. Están conscientes de que deberán agrupar esfuerzos para buscar mercados y exportar, MENMAGUA considera que, en ello, el papel de las políticas de gobierno es fundamental: la promoción exterior de la artesanía guatemalteca y el apoyo a los artesanos productores.

En torno a la calidad, tanto CEPCOMA como MENMAGUA hacen lo suyo para capacitar a los artesanos en distintas técnicas, en el reconocimiento de insumos de calidad, y en otros temas que les ayude a mejorar la calidad. Realizan intercambios entre artesanos y les facilitan también otros expertos en los diferentes temas de capacitación. Ninguno de estos eventos es pagado por los artesanos, son fondos que la asociación destina al apoyo a sus miembros. Fondos como esos los obtienen de otras ONG extranjeras y de MENMAGUA.

En cuanto a la AGEXPRONT, ya se señalaron los esfuerzos en términos de calidad, innovación y búsqueda de mercados que constituye lo central de su programa. Pero consideran que los resultados se deben esperar a mediano y largo plazo. Los buenos resultados que se logren en los aspectos de calidad e innovación redundarán en la apertura de mercados externos. Durante todo 1998 se han dedicado a los tres aspectos, pero con mayor énfasis en la innovación y calidad.

La segunda problemática que remite esta dimensión de capital social es la de las relaciones entre los artesanos que introduce también la tercera dimensión de entorno, la referida a la de la organización. En La Palma existe bastante competencia entre los productores en el mercado local/nacional a través de los precios. Los que exportan tienden a tener clientes más firmes y productos más tinos. Al respecto uno de los testimonios señala que:

"... los mercados están ya definidos. Cada taller tiene su clientela en el mercado internacional. A nivel nacional hay mucha competencia por precios y hay copia y poca innovación."

No obstante, sí existen acuerdos de no imitación de diseños entre los miembros de una misma cooperativa. Así, uno artesano, miembro de la Cooperativa La Palma, menciona que:

"... hay mucha competencia entre productores por precios, calidad y clientes. En tanto a la copia, no se puede patentar porque si se cambia un color o cualquier cosita, ya no es el mismo producto. Pero entre los socios se respetan los diseños. Hay un acuerdo entre los socios de no copiar los nuevos diseños."

Hay cooperación entre ciertas agrupaciones de artesanos. Por ejemplo, ha habido contratos que han venido a la cooperativa La Palma, donde dos o tres artesanos han trabajado en el pedido. Pero estas experiencias no parecen estar institucionalizadas y no existen reglas de asignación de los pedidos. Pero no se concibe, por ejemplo, de que socios de la Cooperativa La Palma trabajarían en conjunto con miembros de ASAL Palma. Existen formas de cooperación más limitados en torno a compartir información, materias primas, etc. entre artesanos. Esto acaece entre los artesanos donde existe una amistad o afinidad. Otro esfuerzo de colaboración mutua es el mencionado, en un par de ocasiones, entre CoPalma, ASAL Palma y la Cooperativa Las Pilas. Están tratando de abrir un mercado en San Salvador para poder vender sus productos en conjunto, además de buscar lazos complementarios para la exportación. Los artesanos de ASAL Palma harían pequeñas carretas pintadas para poder empacar o enviar con los paquetes de café de CoPalma. El **BID**, **BMI** y ProChalate están trabajando en este esfuerzo que se inició a raíz de esfuerzos de pálmenos viviendo en San Salvador que buscaron como apoyar con proyectos de desarrollo en La Palma.

Respecto a Comalapa, hay que mencionar que la baja calidad -y por ende el bajo precio-es el término que todos los artesanos emplean para referirse a la manera en que se compite entre artesanos. Debido a eso, hay una gran cantidad de producción artesanal de baja calidad

que ha terminado por desprestigiar la actividad, tanto dentro como fuera del país. Si en el mercado se llega a tener la idea de que los textiles típicos destiñen, se cree que todos los productos tienen ese defecto. Existe la copia local también y parece ser algo inevitable, según dicen los artesanos. Esto es producto de que, a veces, es necesario mandar a hacer fuera del taller una parte del producto o porque siempre hay personas con intención de plagio. Además, en cuanto sale un nuevo producto, rápidamente comienza a ser manufacturado por otros. Los productores de tela, que se sienten un poco más artistas que los artesanos, no le dan mucha importancia al "pirateo" ya que es más difícil en el caso de los tejidos. Así, uno de los principales artesanos menciona que tiene mecanismos para defenderse del "pirateo": solo él monta los tejidos, regularmente cambia los diseños, y cuando alguien desconocido quiere un pedido le condiciona a que este sea como mínimo de 100 yardas, así se garantiza que realmente es un pedido para comercializar. Los tejedores de tela además poseen líneas de diseños en determinados colores que no es fácil copiar.

Los niveles de cooperación entre artesanos son limitados. Algunas veces se ayudan entregándole parte de un pedido a otro artesano, a veces se ayudan con materia prima que de manera emergente necesitan. Pero, en general, todos opinan que su nivel de cooperación es muy bajo y de organización inexistente. Aunque muchos de los artesanos tuvieron anteriormente más de alguna experiencia de organización, ya sea en grupos, cooperativas o asociaciones, estas fórmulas no aparecen actualmente con posibilidades claras de reestablecerse. Los líderes productores entrevistados coinciden en señalar su falta de fe en los grupos organizados. Las razones que se aducen son que:

"....se necesita mucha tolerancia"; o "... el trabajo no es parejo, unos trabajan y otros no"; "...había instituciones que a fuerza querían que uno fuera cooperativista para poderle comprar... pero eso no funcionó siempre. Hay personas que trabajan y otras que no. Además, la cooperativa tiene mucho requisito. Por eso busqué mejor lo particular."

Finalmente, el entorno organizativo también es débil. No hay diferencias de afiliaciones gremiales; dato que sorprende ya que el análisis de contexto proyectaba la idea de mayor asociatividad en La Palma. Por el contrario, en el universo salvadoreño se detecta más proclividad para producir conjuntamente que el guatemalteco donde este tipo de experiencias parecen ser excepcionales.

Resumiendo, en este universo artesanal, las hipótesis referidas a las características socio-demográficas de los productores se verifica respecto al género y a la escolaridad y en el sentido esperado; o sea en el universo más propicio (La Palma) predominan los hombres y las personas con mayor nivel educativo. La no significación de la experiencia laboral supone que este componente del capital humano no se revela como el más determinante. También hay verificación respecto a la dinámica acumulativa (número de trabajadores) y a la racionalidad empresarial (uso de contabilidad formal) y con la direccionalidad planteada.

Pero, como en el caso del turismo, esto no se traduce en diferencias significativas en él los promedios de excedente bruto entre los dos universos. Y las hipótesis sobre el entorno se cumple a medias. Son la capacitación, las redes, la aceptación de críticas y la asociación para producir los aspectos que se muestran diferenciadores y, de nuevo, en el sentido esperado.



## V

### CONCLUSIONES

Como se anunció en la introducción, este último capítulo tiene una doble finalidad. Por un lado, trasciende la especificidad y diversidad de cada escenario y trata de compararlos entre sí. Este ejercicio además va a permitir llevar a cabo un análisis multivariado. Y, por otro lado, a partir de este análisis se quieren formular una serie de reflexiones sobre modelos de intervención orientados hacia el aprovechamiento de oportunidades que ofrece la globalización a la autogeneración de empleo en Centroamérica.

#### GLOBALIZACIÓN Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO

La evidencia presentada en los tres capítulos precedentes han mostrado universos distintos en términos de su heterogeneidad interna. El caso de mayor uniformidad ha sido el del turismo, lo cual ha sido más evidente respecto a las distintas dimensiones del entorno del establecimiento. El extremo opuesto lo ha representado el universo de subcontratación donde prácticamente todas las hipótesis planteadas se han verificado. Por su parte, el universo artesanal se ubica en una posición intermedia. Pero, lo que interesa ahora es contrastar los universos entre sí. Una primera aproximación al respecto nos la ofrece

el cuadro 5.1 en el que se ha seleccionado un conjunto de variables comunes a los tres universos.

Cuadro 5.1

**PERFILES DE ESCENARIOS**

VARIABLES	Turismo (n=100)	Subcontra- tación (n=100)	Artesanía (n=97)	Total (n=297)	p < "
<b>SOCIO-DEMOGRÁFICAS</b>					
- Hombres (%)	52.0	50.0	49.5	50.5	.932
- Edad (promedio en años)	42.4	36.5	36.8	38.6	.000-
- Escolaridad (promedio en años)	11.1	5.4	5.5	7.3	.000
- Experiencia laboral (promedio en años)	7.4	11.9	15.2	11.5	.000
<b>ESTABLECIMIENTOS</b>					
- No. de trabajadores (promedio)	4.2	8.6	8.3	7.0	.002
- Contabilidad (%)	68.0	27.0	10.3	35.4	.000
- Excedente bruto (promedio mensual en us dólares)	1.624.2	211.3	185.5	643.7	.000
<b>ENTORNO</b>					
- Préstamo (%)	16.0	7.0	22.7	15.2	.009
- Capacitación (%)	25.0	18.0	22.7	21.9	.477
- Permanencia (%)	72.0	24.0	44.2	46.8	.000
- Redes (%)	65.0	23.0	45.4	44.4	.(XX)
- Asociación para negocios (%)	46.0	15.0	12.5	24.7	.(XX)
- Afiliación gremial (%)	53.0	7.0	23.7	27.9	.(XX)

a. Análisis de varianza para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalos.

Fuente: Encuesta realizada.

Como se puede observar, solo respecto a dos dimensiones no hay diferencias entre los universos. Por un lado, hay una distribución pareja en términos de género, lo que indica que estos escenarios de globalización no incorporan barreras que discriminen la incorporación de las mujeres. Otra cuestión es si estas logran desarrollar actividades dinámicas o se ven, como ha sucedido en la informalidad previa, relegadas a actividades de mera subsistencia; esta problemática se abordará más adelante. Y, por otro lado, los impactos de capacitación son similares siendo apenas un quinto de los casos los que se han beneficiado -en el transcurso del presente año- de este tipo de servicio.

En términos socio-demográficos, las diferencias se establecen entre el universo turístico y los otros dos. Así, el primero tiene propietarios de mayor edad y escolaridad, pero con menor experiencia en la respectiva actividad. Esta diferencia se reproduce respecto al establecimiento. El turismo se muestra como un ámbito de mayor acumulación (reflejado en la "proxy" número de trabajadores empleados), con más proclividad hacia la racionalidad empresarial (uso de contabilidad formal) y que genera más ingresos. Por el contrario, es el entorno el que muestra más diversidad en el contraste de universos. El turismo aparece el contexto donde las distintas dimensiones de entorno (institucional, social y organizativo) tienen más impacto mientras el caso contrario lo representaría la subcontratación (con la excepción de la dimensión de asociación para producir), ubicándose la artesanía en una posición intermedia.

Por consiguiente, estamos ante tres escenarios diferenciados pero se sugiere que las distinciones tienen más fuerza en términos de turismo y el resto.

En este capítulo de conclusiones se quiere también introducir otra perspectiva analítica, complementaria de la de universos, que tiene que ver con la tipología de establecimientos que se explícito en el último apartado del capítulo primero. Justamente, el cuadro 5.2 relaciona estos dos aspectos. Lo primero a resaltar es que casi dos tercios de los establecimientos, del total de los escenarios, son de subsistencia; o sea, generan un excedente bruto inferior a dos salarios mínimos de la respectiva rama de actividad y no utilizan contabilidad formal. Esto es indicativo, en términos generales, de que la inserción

de este tipo de establecimiento en la globalización es precaria. No obstante, de nuevo se ven claras diferencias entre los escenarios ya que mientras en los casos de subcontratación y artesanía tres cuartos de los casos corresponden a la categoría reproducción simple, casi la mitad de estos, en el universo turístico, se ubican en el estrato dinámico.

Cuadro 5.2

**TIPO DE ESTABLECIMIENTO POR ESCENARIO**

Tipo	Turismo (n = 85)	Subcontra- tación (n = 90)	Artesanía ( n = 97)	Total <sup>a</sup> (n = 272)
Subsistencia	36.5	73.3	74.2	61.4
Intermedio	18.8	15.6	21.6	18.4
Dinámico	44.7	11.1	4.1	20.2

a. Chi-cuadrado p = .0001.

Fuente: Encuesta realizada.

Por consiguiente, esta tipología refleja heterogeneidad, fenómeno que se reproduce al interior de cada universo con la excepción del referido al de subcontratación, localizado en Honduras, donde todos los casos corresponde a la categoría de subsistencia, lo que confirma así su extrema precariedad. Pero, al interior del turismo se han detectado diferencias. Así, en el universo correspondiente al Área Metropolitana se puede diferenciar entre los casos de Tur Casa, establecimientos familiares, del resto que corresponde más bien al tipo de pequeña, o incluso, mediana empresa. Igualmente, en Monteverde ha aflorado la distinción entre las pensiones y los hoteles cuyos propietarios se consideran distintos. Comalapa presenta heterogeneidad en términos de los distintos arreglos productivos que se identificaron. Pero es en el caso de San Pedro donde la heterogeneidad se muestra de manera más nítida.

De esta manera, los productores sampedranos, con la autoridad conferida por la experiencia, tienen sus criterios para diferenciar los establecimientos de mera subsistencia de los que poseen potencialidad para crecer. Así, se ha señalado que para poder operar rentablemente

se requiere poseer un mínimo de 25 máquinas y un operario por cada máquina. Además, se necesitan operarios para las funciones de despiste o limpia, numeración, revisión y empaque; o sea, unas 15 personas más. Esta heterogeneidad ya fue detectada en el primer estudio realizado sobre esta comunidad. Este se planteó la existencia de tres tipos de talleres: los que submaquilaban con empresas extranjeras (donde destacaba el caso de Villa Exportadora); los que lo hacían con firmas nacionales; y los pequeños talleres que trabajan de manera subcontratada para comercios nacionales orientados al turismo internacional (Pérez Sáinz y Leal, 1992). El presente estudio permite profundizar la caracterización de esta heterogeneidad tomando en cuenta los arreglos de subcontratación y productivos. El primero sería el de submaquila o subcontrato, con destino a terceros mercados, mayoritariamente Estados Unidos. Los submaquiladores solo efectúan la producción, mientras que el representante local de la casa matriz es el encargado de exportar. Igualmente se puede submaquilar para empresas que, aun teniendo plantas productoras en la capital, a veces tienen urgencias para completar pedidos y subcontratan con talleres de San Pedro. Estas empresas son maquiladoras-exportadoras. Una segunda modalidad es la de contrato de maquilador o contrato directo en la que se realiza la producción, empaque y exportación directamente hacia la casa matriz en Estados Unidos con quien se tiene el contrato. Esa casa matriz audita la producción directamente en la planta del contratado, pero esta persona auditora es contratada por la matriz solo para esta función. Tercero, existe también la subcontratación para exportación, pero no regulada por el régimen de maquila. Se trata de pedidos que se realizan para empresas o marcas que efectivamente exportan a Centroamérica o incluso a otros países pero bajo otros mecanismos. Finalmente, hay que mencionar la producción orientada al mercado nacional que puede ser de dos formas: por un lado, pedidos o contratos (subcontratos en realidad) de empresas y comercializadoras nacionales y, por otro lado, la ya mencionada producción propia, independiente de pedidos, que el fabricante elabora para colocarlo al mercado por su cuenta o a través de comerciantes. Hay que mencionar que algunos sampedranos ya cuentan con marca registrada de las prendas que manufacturan.

El cuadro 5.3 nos permite tener una idea de perfiles en términos de esta tipología.<sup>90</sup> Edad, mostrando propietarios en una fase etárea madura, y entorno institucional, no establecen diferencias entre los establecimientos. Lo último está insinuando una oferta de servicios indiferenciada según el tipo de establecimiento.

Cuadro 5.3

**PERFILES DE TEPO DE ESTABLECIMIENTO**

VARIABLES	Subsistencia (n=167)	Intermedio (n = 50)	Dinámico (n = 55)	Total (n=272)	p < *
<b>SOCIO-DEMOGRÁFICAS</b>					
- Hombres (%)	32.3	70.0	78.2	48.5	.000
- Edad (promedio en años)	38.5	39.5	37.2	38.2	.668
- Escolaridad (promedio en años)	5.3	9.1	10.8	7.1	.000
- Experiencia laboral (promedio en años)	11.1	14.2	9.6	11.4	.017
<b>ESTABLECIMIENTOS</b>					
-No. de trabajadores (promedio)	4.0	11.9	11.7	7.1	.000
<b>ENTORNO</b>					
- Préstamo (%)	13.2	26.0	12.7	15.4	.073
- Capacitación (%)	18.0	30.0	27.3	22.1	.115
- Permanencia (%)	33.9	60.0	70.9	46.3	.000
- Redes (%)	34.7	44.0	72.7	44.1	.000
- Asociación para negocios (%)	15.1	26.0	45.5	23.2	.000
- Afiliación gremial (%)	16.2	42.0	52.7	28.3	.000

a. Análisis de varianza para variables de intervalo y chi-cuadrado para las de no intervalos.

Fuente: Encuesta realizada.

Obviamente, respecto al establecimiento, no están consideradas ni la contabilidad ni el excedente ya que ha sido a base de estas dos variables que se ha construido la tipología.

Las unidades de subsistencia se caracterizan por pertenecer, predominantemente, a mujeres y a personas con menor nivel de educación; por el contrario, el dinamismo está asociado a la condición masculina y a mayor escolaridad. Por consiguiente, si bien se detectó que no parece que haya barreras de acceso a estos escenarios de globalización para las mujeres, al interior de ellos estas sí se ven relegadas a las actividades precarias. Es decir, la neoinformalidad mantiene el patrón histórico de género de la informalidad. De esta manera, la hipótesis planteada al interior de cada escenario, entre universo favorable y desfavorable a la autogeneración de empleo, respecto al género, se cumple a también a escala regional. En cuanto a la educación formal, parece que sí tiene incidencia en el dinamismo de los establecimientos y, por tanto, este componente de capital humano se asocia de manera positiva. No obstante, hay que recordar que se planteaba que la experiencia laboral debería tener mayor impacto. Los datos de este cuadro cuestionan tal hipótesis. Si bien la asociación es significativa, su nivel es menor que el de escolaridad. Y, además, la direccionalidad es la opuesta ya que es el estrato dinámico el que muestra un promedio más bajo.

Las variables de capital social muestran la asociación esperada formulada como hipótesis en el capítulo teórico, ya que cuanto mayor dinamismo mayor introyección de valores como de inserción en redes. Y esta misma asociación se detecta en términos de la dimensión organizativa del entorno sugiriendo que la acción colectiva y el dinamismo se asocian positivamente. Es decir, se sugiere que los entornos socio-cultural y organizativo propician el dinamismo; algo que no se puede afirmar del entorno institucional.

Este conjunto de reflexiones nos permiten ya abordar el análisis multivariado que, como se anunció en el capítulo primero, se va a hacer respecto a dos variables dependientes: el excedente bruto y la pertenencia a las categorías de no subsistencia de establecimientos. El cuadro 5.4 muestra los resultados de dos regresiones lineales múltiples sobre la primera de estas variables dependientes. La dife-

91. En ese capítulo se habló de la categoría dinámica pero, la evidencia rédenteme analizada, muestra que la dicotomización se debe realizar entre la categoría subsistencia y el resto.

Cuadro 5.4

**REGRESIONES LINEALES MÚLTIPLES SOBRE  
LOGARITMO DECIMAL DE EXCEDENTE MENSUAL BRUTO  
A PARTO\* DE PREDICTORES SELECCIONADOS**

Variables	Modelo 1		Modelo 2	
	B	Signif.	B	Signif.
Hombre	.190 (.090)	.036	.279 (.082)	.000
Edad	.006 (.004)	.107	-.004 (.004)	.228
Educación	.046 (.010)	.000	.015 (.010)	.134
Experiencia	-.028 (0.15)	.074	.002 (.015)	.912
(Experiencia)	.003 (.004)	.116	-.001 (.004)	.807
No. de trabajadores	.011 (.005)	.026	.024 (.005)	.(XX)
Contabilidad	.450 (.112)	.000	.156 (.112)	1.66
Préstamo	.125 (.116)	.284	.033 (.107)	.754
Capacitación	-.102 (.102)	.320	-.007 (.093)	.942
Permanencia	.168 (.084)	.047	.038 (.079)	.633
Redes	.025 (.089)	.780	-.015 (.082)	.860
Asociación	.111 (.101)	.273	.046 (.092)	.615
Afiliación	.310 (.105)	.004	.137 (.098)	.161
Turismo			.943 (.141)	.000
Subcontratación			-.056 (.092)	.549
Constante	1.282 (.178)	.(KM)	1.469 (.177)	.(XX)
R- cuadrado ajustado	.466		.564	
N	270		270	

Fuente: Encuesta realizada.

rencia entre los dos modelos es que en el segundo se controla con las variables de escenario para detectar el impacto de este.<sup>92</sup>

Seis variables se muestran como significativas en el primer modelo. La condición masculina del propietario, su mayor nivel educativo, el mayor nivel de generación de empleo, tener contabilidad formal, querer permanecer en la actividad y estar afiliado gremialmente inciden, de manera positiva, en la generación de excedente. Es decir, el análisis multivariado confirma algunas de las asociaciones bivariadas. Así, se reafirma la distinción de género en contra de las mujeres; el impacto del capital humano en su componente formal; la capacidad acumulativa y la racionalidad empresarial; y el capital social, en su modalidad de introyección de valores, y la acción colectiva. No obstante, de todos estos factores hay que destacar la educación y la existencia de contabilidad como los más significativos. Pero esta significación se pierde al controlar con los escenarios en el segundo modelo que aumenta la capacidad predictiva de la regresión.<sup>93</sup> Solo la condición masculina y el número de trabajadores mantiene e, incluso, incrementan su significación, pero es el escenario del turismo el que se erige como la variable de mayor impacto. Esto se debe, en parte, a que absorbe algunas de las variables significativas del primer modelo. Esto parecería ser el caso de la escolaridad donde se sospecha que se estaría expresando no solo el hecho de que la actividad turística requiere de fuerza laboral más calificada sino también el contexto nacional costarricense, donde los niveles educativos son mayores que en el resto de la región.<sup>94</sup> También estarían implícitas dimensiones de entorno, en concreto social (introyección de valores) y organizativo (acción colectiva), que sí parecerían ser propias al escenario como tal. Y, probablemente lo más importante,

92. Ambos modelos contiene una serie de variables "dummies" cuyo valor 1 expresa la existencia del atributo respectivo. Así, por ejemplo, el valor 1 de "contabilidad" refleja los casos donde sí hay contabilidad formal. En el segundo modelo, respecto a las variables de escenario no se incorporó como variable independiente el escenario de artesanía.

93. En efecto, se pasa de una explicación del 46.6% de la varianza del excedente bruto (de su logaritmo decimal) a un 56.4% con la introducción de las variables de escenario.

94. Hubiese sido interesante haber tenido uno de los universos turísticos en otro país centroamericano.

no hay que olvidar que la variable turismo expresa también un escenario de globalización donde, como se ha demostrado anteriormente, se genera más excedente que en los otros dos.<sup>95</sup> Es decir, se está ante una inserción más favorable que la subcontratación y la artesanía.

El otro análisis multivariado se hace respecto a la categoría de establecimiento de no subsistencia en términos de la probabilidad de pertenecer a tal estrato.<sup>96</sup> El cuadro 5.5 refleja resultados al respecto.

En el primer modelo son las mismas variables independientes, que en la regresión lineal múltiple sobre el excedente, las que muestran asociaciones significativas con la variable dependiente.<sup>97</sup> Por tanto, las mismas reflexiones que se han hecho párrafos atrás son aplicables a la pertenencia a esta categoría de establecimiento. O sea, la condición masculina, las mayores escolaridad y capacidad acumulativa, la identificación con la actividad y la afiliación gremial incrementan la probabilidad de tener establecimientos con cierta capacidad de crecimiento. Pero al introducir la variable escenario, con sus categorías,<sup>98</sup> esta no se muestra con tanta incidencia como en el caso del excedente. Por un lado, la condición masculina y la capacidad acumulativa parecen tener mayor incidencia. Y, por otro lado, solo la variable de entorno organizativo pierde significación al pasar del primero al segundo modelo. Por lo tanto, el nivel educativo no parece remitir al contexto nacional, como en el caso, del excedente y la introyección de valores mantiene su asociación significativa.

95. Obsérvese que el coeficiente de la variable subcontratación es negativo, lo que indica que en este escenario hay menor generación de excedente en relación con los otros dos escenarios pero la diferencia no resulta ser significativa.

96. Esta es la lógica del modelo logístico donde, como en el lineal múltiple, se utilizan las mismas variables continuas y "dummies". La única excepción es la del segundo modelo donde escenario es tratado como variable categórica. Recordemos que  $\text{Exp}(B)$  es el factor por el cual el cociente de probabilidades (entre que acaezca el evento y su contrario) cambia con un incremento de una unidad de la variable independiente. Si  $B$  es positivo, el factor es mayor que 1; si es igual a 0, se mantiene en 1; y si es negativo, tal factor es inferior a la unidad.

97. Recuérdese que contabilidad no está incluida ya que define el tipo de establecimiento.

98. Al contrario del modelo de regresión lineal múltiple, por haber sido tratada como variable categórica, la comparación de las categorías de escenario (turismo y subcontratación) se hace respecto a la categoría excluida (artesanía).

Cuadro 5.5

**REGRESIONES LOGÍSTICAS DE PERTENENCIA A TIPO DE ESTABLECIMIENTO DE NO SUBSISTENCIA A PARTIDx DE PREDICTORES SELECCIONADOS**

Variables	Modelo 1			Modelo 2		
	B	S. E	Exp. (B)	B	S. E	Exp. (B)
Hombre	1.865**	.403	6.457	2.052**	.432	7.782
Edad	-.006	.016	.994	-.037	.020	.964
Educación	.181**	.046	1.199	.110 *	.052	1.116
Experiencia laboral	-.047	.026	.954	.003	.030	1.003
No. de trabajadores	.106**	.029	1.111	.133**	.031	1.143
Préstamo	-.081	.523	.923	-.030	.560	.970
Capacitación	-.222	.485	.801	.026	.517	1.026
Permanencia	1.293**	.371	3.643	.889 *	.396	2.433
Redes	-.428	.386	.652	-.457	.404	.634
Asociación	.617	.430	1.854	.491	.450	1.634
Afiliación	1.107 *	.434	3.026	.549	.472	1.732
Escenario**						
Turismo				1.531**	.423	4.624
Subcontratación				-.624	.343	.536
Constante	-3.733**	.841		-2.560**	.958	
-2 LL( constante)	356.080			356.080		
Mejora	150.988**			166.510**		
% total de aciertos	71.84			83.90		

\* p &lt; .05

\*\* p &lt; .01

Fuente: Encuesta realizada.

Todos los resultados de este apartado, así como algunos de los capítulos precedentes, sugieren una serie de reflexiones sobre modelos de acción que se pasa, a continuación, a explicitar.

#### ALGUNAS REFLEXIONES PARA LA ACCIÓN

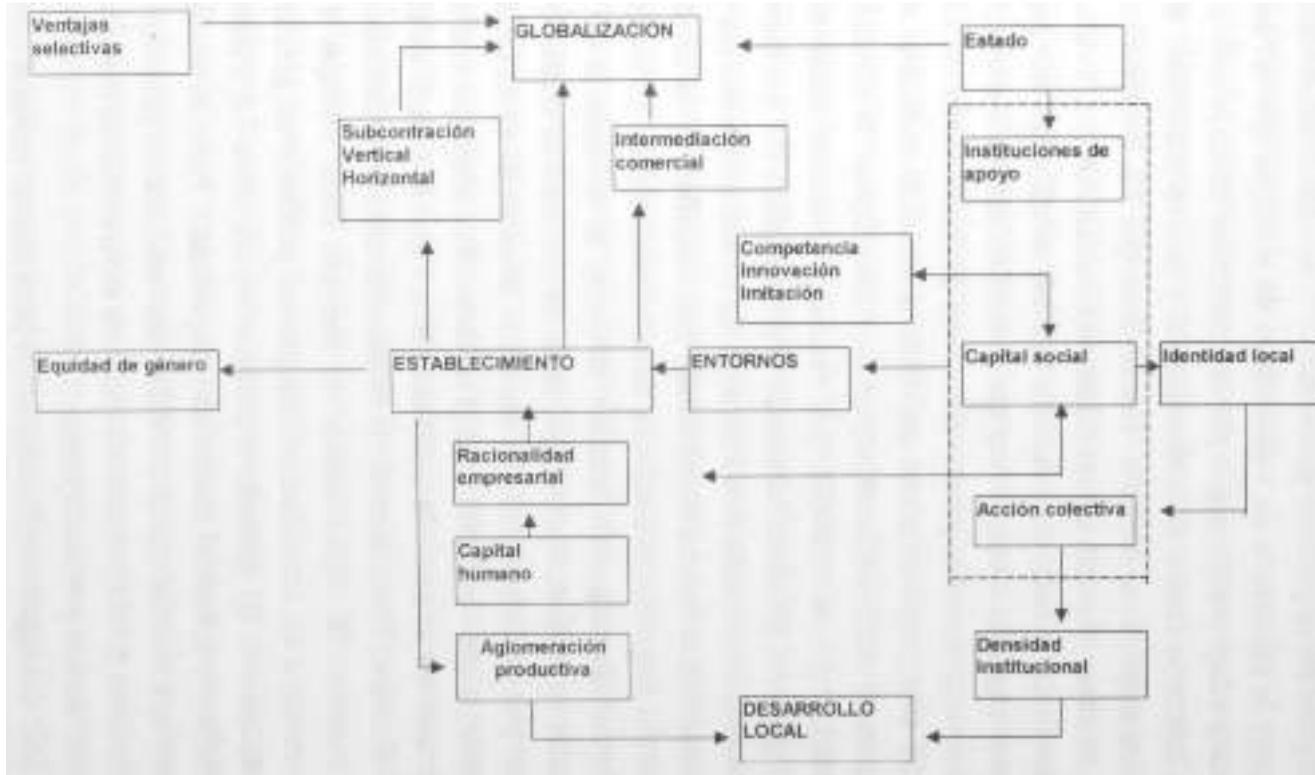
Se deben recordar dos precisiones, formuladas en la introducción de este texto, sobre intervenciones para intentar que los establecimientos autogenerados aprovechen las oportunidades brindadas por la globalización. Por un lado, no se trata de definir una o varias estrategias de acción. El objetivo es mucho más modesto. Se busca esbozar ideas básicas que ayuden a configurar el sentido común, en relación con esta problemática, de las personas que sí formulan políticas. Y, por otro lado, por la opción metodológica adoptada, las reflexiones se enmarcan dentro del tema del desarrollo local. Es decir, la propuesta básica es que de estos tipos de establecimientos tienen más posibilidades de aprovechar las oportunidades de la globalización si la inserción en este proceso tiene lugar en un marco de desenvolvimiento local. Se ha elaborado el siguiente diagrama que busca dar una visión global de los distintos factores que afectan el dinamismo del establecimiento, en el marco de la globalización, así como de las interrelaciones entre ellos."

Se quiere iniciar la reflexión por la parte superior del diagrama ya que la primera cuestión por dilucidar son las posibilidades y modalidades de inserción en el proceso globalizador. El primer elemento a tomar en consideración es lo que, en el diagrama, se denomina ventajas selectivas, aclarando que el adjetivo remite al hecho de que ciertos tipos de actividades logran incorporarse a la globalización y otros no. Es decir, hay selección en la incorporación al proceso globalizador. Los análisis multivariados, del apartado precedente, han mostrado la pertinencia del factor escenario, especialmente en la determinación del excedente bruto. Además, las inserciones son diversas, siendo más ventajosas unas que otras,

99. Además, se rescatan opiniones de los informantes claves en términos de la identificación de problemas y sus posibles soluciones.

Diagrama

**DINÁMICA DE LA AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO  
EN LA GLOBALIZACIÓN**



destacando el caso del turismo que se ha mostrado como el escenario de mayor generación de ingresos y donde el peso de los establecimientos dinámicos es superior. Estas ventajas las denominamos selectivas en tanto que determinan si cierto tipo de actividad puede insertarse en el proceso globalizador o no. El estudio realizado nos sugiere la existencia de varios tipos de ventajas que no son mutuamente excluyentes; o sea se pueden combinar en un mismo escenario. Las primeras serían de orden natural y se han mostrado, de manera nítida, respecto al turismo. Recuérdese que La Fortuna no sería lo que es sino estuviera en las faldas del volcán Arenal, volcán además activo; y en Monteverde destaca la biodiversidad de este lugar. Pero en este segundo ejemplo hay que tomar en cuenta también la acción de los cuáqueros por preservarlo. Muy probablemente, si a inicios de los 50 este grupo religioso no hubiera decidido asentarse ahí, Monteverde no sería lo que es hoy en día. Esto supone la existencia de un segundo tipo de ventajas que remite a procesos socio-históricos. Ejemplos del presente estudio lo representarían los universos guatemaltecos, sobre todo San Pedro; si no hubiera existido esa tradición de confección en esa comunidad, las maquilas de la capital nunca hubieran llegado con contratos de subcontratación. Y, finalmente, la presente investigación insinúa también la existencia de ventajas basadas en la fuerza de trabajo, tanto en términos de su disponibilidad como por su bajo costo. El universo hondureño es el ejemplo más notorio ya que ese factor (oferta abundante de mujeres en el momento reproductivo de su ciclo vital) es el único que lo inserta en el proceso globalizador. Pero, además, el estudio muestra algo fundamental para los modelos de intervención: no siempre estas ventajas deben ser intrínsecas a las localidades sino que sus procesos de génesis pueden ser exógenos. El ejemplo a destacar es sin duda La Palma donde, como ya se explicó, el diseño fue "importado." Pero, al mismo tiempo no hay que olvidar que la actividad artesanal que se gestó fue asumida plenamente por la comunidad que hizo suyo el diseño desarrollándolo a partir de sus propios aportes.

Por consiguiente, la conclusión para la intervención sería que las localidades deben de identificar sus ventajas selectivas ya existentes y potenciales. Sin tales ventajas no hay posibilidad de inserción en el proceso globalizador y el establecimiento se vería relegado a lo que

en capítulo teórico se denominó "economía de la pobreza." Pero la inserción en la globalización no garantiza dinamismo por definición y posibilidades de acumular. De hecho, los resultados han mostrado que la mayoría de los establecimientos se encuentran en una situación de subsistencia. Esto plantea un segundo interrogante referido a la modalidad de inserción en la globalización.

El estudio ha mostrado tres formas. La primera es la que se expresa en el escenario de subcontratación que supone, por definición, una inserción mediada. Pero esta mediación tiene que ser matizada, lo que plantea la cuestión clave del tipo de modelo de subcontratación vigente. Se puede pensar, tal como se planteó en el capítulo teórico, en dos principios básicos entre los cuales se presentan múltiples situaciones intermedias. Por un lado, hay un modelo de naturaleza vertical y jerárquica en el que las posibilidades de desarrollo de las unidades subcontratadas son muy limitadas ya que las firmas subcontratantes visualizan, fundamentalmente, los nexos de subcontratación en términos de estrategias de flexibilización laboral. El universo hondureño es un ejemplo de este tipo de modalidad en una forma, desgraciadamente, más bien extrema. Las perspectivas de crecimiento son prácticamente nulas, de ahí que solo una minoría quiera permanecer cosiendo pelotas de béisbol. Así, no es de extrañar que las opiniones recabadas sobre identificación de problemas en este universo se circunscriban a las condiciones laborales en términos de inseguridad en el trabajo, deseo de obtener mejores remuneraciones y de conseguir prestaciones. En general, se testimonia que los derechos laborales son vividos como favores que dependen de la buena o mala relación con el contratista figura que, como ya se dijo, tiende a ocultar el vínculo con la empresa.

Las acciones en un contexto como este pueden ser de dos tipos. Por un lado, habría que mejorar las condiciones laborales de subcontrato mediante asesoramiento legal, lo que supone enfatizar la dimensión de asalariadas encubiertas que tienen estas mujeres y relativizar su otra condición (la de productoras cuentapropistas) que es la razón por la que han sido tomadas en cuenta en el presente estudio. Y, por otro lado, habría que generar empleos alternativos que tomen en cuenta el factor clave de esta fuerza laboral: mujeres en su momento reproductivo que limita su incorporación al mercado laboral fuera de

su vivienda. Aprovechando que se están mencionando problemas de orden laboral, hay que señalar que, en el universo guatemalteco de subcontratación, se apunta que persiste el incumplimiento de normativas laborales que hace que haya demandas por parte de los trabajadores. Igualmente, han surgido en La Palma preocupaciones, por parte de una ONG internacional que ayuda a la comercialización alternativa, por el uso de mano de obra infantil. En este caso se plantea un conflicto de intereses entre normativas de alcance universal y prácticas locales, las cuales no solo generan capital humano (aprendizaje) sino también capital social (introyección de valores a través de procesos de socialización primaria). Se puede argumentar que esta acumulación debe reforzar la posición económica de los niños cuando sean adultos y trabajen como artesanos a lo que se puede contraponer que esa acumulación es unidireccional lo cual limita las opciones laborales.

Una situación distinta es la del otro modelo de subcontratación de naturaleza más bien horizontal y cooperativa. Hay presencia de algunos elementos de esta modalidad en el caso de San Pedro y, en concreto, respecto a Villa Exportadora. Recuérdese el crédito, en condiciones blandas, que ha supuesto una importante renovación tecnológica de esa empresa. Pero, el gran reto de este escenario consiste en superar la intermediación y acceder de manera directa al mercado. Las cuatro empresas sampedranas con contratos en Estados Unidos demuestran que no es imposible. Y, en este sentido, se ha planteado la necesidad de la creación de una oficina que represente a todos los productores y busque clientes directamente en el extranjero para obviar los intermediarios; no obstante, se reconoce que no es una idea aceptada por la mayoría de la comunidad.

Pero este problema de la subcontratación, y sus modalidades, puede ser también abordado en términos de la legislación sobre maquila y zonas francas, ya que es en relación con este tipo de firmas que va a acaecer gran parte de la subcontratación de pequeñas empresas en contexto de globalización. Y en tanto que este tipo de marco regulatorio se basa, fundamentalmente, en incentivos se debería pensar que estos tengan también que ver con la subcontratación. Esto podría romper la lógica de enclave que suele caracterizar a este tipo de industrialización, desarrollando enlaces hacia atrás con la

economía local. Pero, además, estos incentivos deberían discriminar positivamente a las empresas que opten por un modelo de corte más asociativo y horizontal que jerárquico y vertical. Esta observación nos recuerda que el estado nacional no puede inhibirse de estos problemas y debe tener incidencia importante. De ahí, su presencia en la parte superior del diagrama. Además, como se verá más adelante, esta presencia estatal es y puede ser más amplia.

La intermediación comercial es otra forma de inserción en el mercado globalizado que el estudio ha identificado. Esta es la principal modalidad de acceso en el escenario artesanal, presentando cada uno de los universos variantes: intermediarios locales en el caso de Comalapa y extracomunitarios en La Palma. Diferencia que es importante si la óptica que se asume es la del desarrollo local ya que, en el primer caso, el excedente apropiado en la circulación revierte en la propia economía comunitaria mientras en el segundo, se escapa. Pero, independientemente de esta distinción, persiste el viejo problema (no exclusivo de la artesanía) de la apropiación de excedente al(a) productor(a). La orientación de la intervención en este caso es clara: intentar una inserción menos asimétrica del(de la) productor(a) en los circuitos comerciales. Esto supone, entre otras cosas, el desarrollo de conocimientos comerciales por parte de los propios productores, hecho que no siempre acaece. Pero también las acciones no pueden llevar a un cuestionamiento demasiado radical de los circuitos existentes ya que la actividad artesanal puede resentirse por desarticulación de redes de acceso al mercado sin que nuevas alternativas se consoliden. Este problema es aún más delicado en el caso de intermediarios locales ya que estos son agentes del desarrollo comunitario y el mismo debe lograrse de forma concertada y no confrontativa.

Finalmente, la tercera modalidad de inserción es la directa. Esta es la que predomina en el escenario del turismo; un hecho que tiene que ver -en parte- por tratarse de un servicio personal que supone un intercambio cara a cara. Hay que mencionar que CANAMET y AMIGAM desean establecer un puesto en el aeropuerto; esta última organización tiene además planes de participar en ferias internacio-

100. Recuérdese que un cuarto de los artesanos de Comalapa no saben donde se vender sus productos

nales. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la propia globalización, con la revolución en el terreno de las comunicaciones (en concreto Internet con las páginas "web"), facilita esta inserción directa. Este argumento es aplicable al escenario de la artesanía, especialmente respecto a la exportación. Es decir, la revolución tecnológica actual, basada en la microelectrónica, ha cuestionado el vínculo del modelo fordista entre nivel tecnológico y tamaño de establecimiento. Aquí se abre una potencialidad tremenda para la pequeña empresa que no está supeditada más a supuestos determinantes tecnológicos de antaño.

De hecho es en relación con el mercado que los informantes claves han identificado más problemas. En el caso del turismo se señala que la promoción que hace el **ICT** en el extranjero tiende a discriminar a la microempresa. Hay que recordar lo señalado, en el capítulo de ese universo, sobre la reducción de personal, en la dirección sobre microturismo de esa institución, durante la administración Figueres que es percibida como favoritismo hacia los grandes complejos hoteleros y la gran empresa turística, en general. Problemas planteados por la competencia de otros países se señala en el caso del escenario de la subcontratación y, en concreto, en el universo guatemalteco. El impacto ya mencionado del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica pero también la legislación más favorable de otros países centroamericanos (El Salvador y Honduras) para la industria de maquila supone la partida de empresas y, por tanto, menores probabilidades de subcontratación. Pero en San Pedro hay conciencia también de la necesidad de una inserción directa en el mercado superando las intermediaciones de contratistas. Recordemos que ya hay experiencias de empresas sampedranas con contratos directos en Estados Unidos. En el caso del escenario artesanal se identifican tres problemas: las limitaciones de los mercados actuales y, por tanto, la necesidad de insertarse en nuevos; la competencia internacional; y el carácter inestable de este tipo de mercado que hace que los diseños tengan un ciclo demasiado corto.

En el diagrama hay tres factores que tienen que ver con el establecimiento en sí, incluyendo también las características de su propietario(a) ya que su presencia directa en la generación de bienes

o servicios constituye en un elemento clave de la dinámica del establecimiento.

La evidencia recabada señala de manera muy ostensible la dimensión de género. Esto supone dos aspectos. El primero es que estos distintos escenarios permiten el acceso a la mujeres. En este sentido, este hecho se suma al fenómeno más general que la globalización, está conformando un mercado laboral más accesible a las mujeres que lo que fue la estructura del empleo previa. Pero, lo segundo es que las mujeres se ven relegadas a las actividades de subsistencia. En los ejercicios de análisis multivariado, especialmente el referido a la pertenencia a la categoría de no subsistencia, es inobjetable la incidencia del factor género en favor de los hombres. Como ya hemos dicho, la neoinformalidad reproduce los patrones históricos de la informalidad en el sentido de que es un ámbito laboral de más fácil acceso para las mujeres pero dentro de él, estas siguen estando marginadas.

En términos de intervención la reflexión por hacer es obvia. Cualquier medida de apoyo a este tipo de establecimientos en este tipo de contexto, debe explicitar la dimensión de género, intentando cerrar las brechas que existen. De ahí que en el diagrama se ha incorporado la problemática de la equidad de género.

Por su parte, respecto a capital humano, lo que se ha detectado, al contrario de lo que se esperaba, es que el componente de educación formal tiene mayor incidencia. Este hecho remite a dos fenómenos. Por un lado, a contextos nacionales y a modelos de desarrollo social distintos. En este sentido, la diferencia entre Costa Rica y el resto de los países centroamericanos es clara y aquel país recoge los frutos de una inversión social sostenida durante décadas. Pero, por otro lado, también está la especificidad de la actividad y, hay que mencionar que el turismo internacional requiere mayor calificación formal que las otras actividades. Si bien en los ejercicios de análisis multivariado, la experiencia laboral no aparece significativa, no hay que olvidar su importancia. En todos los escenarios el acceso a la respectiva actividad se logra a través de procesos de aprendizaje informales. Así, en el caso del turismo, la diferencia entre la experiencia laboral y la antigüedad del negocio, insinúa que antes de llegar a ser propietario(a) se suele trabajar como dependiente en una actividad de

este sector. En cuanto a la subcontratación, en el universo hondureño, se ha señalado como menores de edad y otras mujeres del hogar aprenden a la par de la mujer que obtiene el contrato. En San Pedro, la habilidad de la confección es algo que se ha generado al interior de los talleres durante un par de generaciones. Y este mismo fenómeno se encuentra en el escenario de la artesanía. En este sentido, lo importante a resaltar, especialmente en estos últimos casos, es como este aprendizaje va más allá de la formación de capital humano y supone también una introyección de valores. Es decir, contribuye también a la formación de capital social en una modalidad que hemos visto sí resulta tener incidencia significativa.

Y el tercer factor a tomar en cuenta es el de racionalidad empresarial. Hay que dejar claro que, sin la constitución de un sujeto con claras orientaciones empresariales, difícilmente se va a conseguir una inserción sostenida en la globalización. Por consiguiente, todo tipo de acción a generar ese sujeto debe ser beneficiosa. Esta preocupación ha sido detectada en los casos del turismo y la artesanía, donde se enfatiza la falta de racionalidad y orientaciones empresariales. Así, un informante de Comalapa relata que:

"... una vez había alguien que quería 10 mil yardas de tela al mes, no pudimos porque la visión productiva en la comunidad aún es difícil, porque influye la agricultura, la vida comunitaria, no lo toman como una actividad generadora empresarial, la ven como complemento. Tal vez sí se podía sacar el trabajo (distribuyendo el contrato) dando a todos, pero eso no funcionaba porque el tejido, el color, todo debe ser igual, del mismo tono, etc. Y si lo dábamos a todos los compañeros cómo íbamos a controlar la calidad, era muy difícil. Además, ellos pagaban hasta que entregáramos el producto y eso era una inversión muy grande para nosotros. No nos atrevimos a hacerlo."

No obstante, tales intentos deben tomar en cuenta los contextos en que se desenvuelve la actividad respectiva. Es decir, hay que generar un sujeto cuyas prácticas combinen el mercado con el entorno. Esto aparece claro tanto en el escenario del turismo como de la artesanía. Así, en el primer caso, este tipo de tensión, en concreto

con el medio ambiente, se ha manifestado en Monteverde. Y en cuanto a la artesanía el gran desafío es cómo configurar un sujeto empresarial que no renuncie a la tradición cultural sino que la retome y la sepa redefinir de cara a la globalización, revitalizándola. En el caso de la subcontratación, el reto de ese sujeto es dejar su condición de salarización encubierta y afrontar directamente el mercado como pequeño empresario(a) dinámico(a) como ya se ha argumentado.

Estas últimas observaciones nos llevan a considerar el área de la derecha del diagrama que remite a los distintos tipos de entorno en los que se enmarca el establecimiento. Aspecto que se considera de gran importancia, especialmente si la estrategia de intervención se decanta por el desarrollo local.

El primero de los entornos que se ha considerado ha sido el institucional tomando en cuenta los dos servicios típicos de apoyo a la microempresa: crédito y capacitación. Se ha observado el bajo nivel de ambos, especialmente, en el escenario de subcontratación; pero esto último no debe sorprender. No obstante, respecto a la capacitación hay dos excepciones: la de La Fortuna y Monteverde y, sobre todo, la de La Palma. En este último universo se debe recordar que casi la mitad de los artesanos han recibido capacitación en 1998. Hecho que insinúa una presencia institucional importante, probablemente la más desarrollada de todos los casos considerados. Pero, en términos generales, los resultados muestran que ambas dimensiones no tienen incidencia significativa ni en la generación de excedente ni en la pertenencia a la categoría de no subsistencia.

Es decir, con las excepciones mencionadas, la evidencia sugiere que los entornos institucionales tradicionales de apoyo a la microempresa no parecen ser demasiado efectivos. Esto plantea, no su eliminación, sino su revisión para que medidas tanto en el ámbito del crédito como de la capacitación sean eficaces. Respecto de esta última, no se debe olvidar la importancia de configurar una mentalidad empresarial en los propietarios.

También en términos de entorno institucional, resalta la práctica ausencia de la Municipalidad. La excepción la constituye La Palma donde se ha observado la creación de un centro de capacitación por parte de la Alcaldía, que ha sido utilizado en el programa de reciclaje social de jóvenes de pandillas. Pero, fuera de este caso, no hay

indicios que los programas municipales contemplen el desarrollo de las actividades autogeneradoras de empleo consideradas en esta investigación. Esto confirma que los procesos de descentralización política-administrativa, en la región, se limitan a procesos de transferencias de competencias en el campo de los servicios reproductivos. Obviamente, aquí hay un amplio ámbito de intervención.

Pero en términos de entorno institucional hay que considerar también al Estado central. El mismo puede tener una presencia directa en la provisión de servicios productivos, a la par de otras entidades no gubernamentales, así como de infraestructura en general. Es en este sentido que los informantes visualizan, en muchas ocasiones, al Estado como la principal institución para resolver los problemas; percepción que remite a una concepción tradicional de este que no es fácil de sustituir a pesar de las reformas. Así, en el caso del turismo se plantea, en primer lugar, la necesidad de una política integral de apoyo a la microempresa turística ya que se piensa que esta ha sido marginada en las estrategias gubernamentales. A esto se añade la necesidad de regionalizar tal política, algo demandado en La Fortuna. Problemas conocidos de la actividad turística (infraestructura vial, seguridad, financiamiento, tarifas de ingreso a parque nacionales, promoción en el extranjero, etc.) son percibidos como responsabilidad del Estado. En San Pedro se pide a las autoridades gubernamentales un programa de capacitación y asistencia técnica y, sobre todo, apoyo para la exportación directa; además, hay quejas por el aumento de los impuestos indirectos que incrementa los costos sin que tal subida pueda ser trasladada al precio. Así, uno de los directivos de Villa Exportadora argumenta que:

"... nosotros no podemos hacer nada con el precio, porque si le subimos, le dan el contrato a otro. Imaginemos que a mí me pagan un dólar una camisa, pero si me suben todo, yo pido que me paguen 1.20 ellos dicen, son 20 centavos y es demasiado, mejor mandémosla a Taiwán. Cómo son millones de camisas, millones de 20 centavos representa una gran cantidad; mandémosla a México, El Salvador o a La Dominicana, como ellos se informan como están los precios por otro lado y uno se queda sin nada y ese es problema para nosotros."

Y, en cuanto la artesanía, hay cierto reconocimiento del apoyo estatal. Este sería el caso del Programa de Competitividad, con el "cluster" de artesanía ya mencionado en el caso de La Palma, y el respaldo que el Ministerio de Economía está dando al programa de AGEXPRONT en Guatemala.

En este mismo sentido hay que resaltar algo que compete también al Estado y que se ha identificado como un grave problema: violencia e inseguridad. Los énfasis explicativos sobre las causas difieren. En el caso del turismo se asocia a las drogas; en la subcontratación, y en concreto en el caso guatemalteco, a los secuestros que representan -hoy en día- la principal manifestación de violencia de ese país;<sup>101</sup> y en la artesanía a consecuencias políticas del pasado ya que ambos universos fueron áreas de conflictos bélicos.

El segundo contexto es el social. Dos dimensiones de capital social se han considerado comunes a todos los escenarios: la introyección de valores y las redes. El cruce con tipo de establecimiento muestra una asociación positiva y significativa entre movilización de capital social y dinamismo tal como se ha detectado en otros estudios. No obstante, es la primera modalidad la que parece tener mayor incidencia.

El tema del capital social sugiere varias reflexiones en términos de acción que se puede diferenciar según la modalidad de este tipo de capital. Primeramente, respecto a la introyección de valores, hay que tomar en cuenta las posibilidades de dinámicas virtuosas o perversas entre éxito económico e identidad microempresarial de la respectiva actividad. Inserciones viables en el mercado refuerzan tal identidad y viceversa. Lo importante del resultado de estas interacciones es su impacto en la identidad local ya que el éxito, a través de la identidad microempresarial, la reforzará y el fracaso la erosionará. Esto es fundamental en términos de enmarcar el apoyo a la autogeneración de empleo en un contexto del desarrollo local. Segundo, la reciprocidad, expresada en las redes, plantea el tema de la cooperación que hace que en la aglomeración territorial puedan funcionar

101. Varios productores sampedranos han sido objeto de amenazas de secuestro y una de las familias de la comunidad lo ha sufrido un par de veces con saldo de una muerte. Esto supuso dificultades en las entrevistas a productores, especialmente a la hora de preguntar sobre los ingresos para el cálculo del excedente bruto.

economías externas propias a tal aglomeración. Además, para los casos de los escenarios del turismo y, sobre todo, de artesanía, si la competencia logra fundamentarse en el principio de innovación y no de imitación, se puede generar dinámicas virtuosas, entre competencia y cooperación, del tipo de los distritos industriales del Norte. Solidaridad confinada, si bien es una forma de capital social coyuntural puede ser fuente de configuración de organización formal entre los pequeños empresarios. Más adelante enfatizaremos el impacto positivo de la acción colectiva. Y, finalmente, la confianza exigible puede constituirse en mecanismo de control social para incentivar o sancionar ciertos comportamientos económicos como el de la competencia; o sea, premiando la innovación y castigando la imitación. Es decir, de esta manera se puede conseguir la moralización de los comportamientos económicos. No obstante, hay que tomar en cuenta que se está ante contextos comunitarios abiertos, donde el control social no puede ser demasiado rígido, pero sí más eficaz que en medios más difusos y universales como las ciudades.

Todo este conjunto de observaciones conllevan la idea básica de que todo modelo de intervención debe tomar en cuenta el contexto social-cultural en el cual se inserta este tipo de establecimiento. Y, en este sentido, las acciones pueden ser de dos tipos. Por un lado, que las medidas propuestas no erosionen el capital social ya existente. Y, por otro lado, si hay posibilidades puntuales, que lo incentiven y desarrollen.

Finalmente, el entorno organizativo se comporta parecido al capital social: la mayor organización está asociada de manera positiva y significativa con el dinamismo. Pero, en análisis multivariado es la afiliación gremial la que se muestra con mayor incidencia. El mensaje para medidas de intervención es que hay que promover la acción colectiva ya que ella redundará en mayor dinamismo económico. Esta acción supone la configuración del pequeño empresariado en actor local lo que nos lleva a las últimas reflexiones, focalizadas en la parte inferior del diagrama que tienen que ver con el desarrollo local y que sintetizan las desarrolladas en los párrafos precedentes.

La propuesta es que tal desarrollo local tiene dos componentes básicos. El primero es la configuración de una aglomeración productiva, donde la pequeña empresa del respectivo escenario debería ser

la columna vertebral. Esta aglomeración debería tener las siguientes características:

- estar basada en ventajas selectivas ya existentes o potenciales
- insertarse de la manera directa más posible en el mercado. Si la aglomeración correspondiera a un escenario de subcontratación, el objetivo es que el modelo prevaleciente sea el de naturaleza horizontal y cooperativa. Si la inserción mercantil se hace a través de intermediarios, hay que favorecer los locales sobre los extracomunitarios
- tener una importante inversión de capital humano orientada hacia el desarrollo de prácticas empresariales, pero que se combinen con tradiciones locales que muchas veces están incorporadas en las ventajas selectivas
- en caso de existir competencia al interior de la aglomeración, esto debería basarse en principios innovativos y no imitativos. De esta manera se pueden desarrollar círculos virtuosos entre competencia y cooperación
- desarrollar al máximo el capital social en sus distintas modalidades buscando los efectos positivos de este sobre los comportamientos económicos, especialmente en lo que se refiere a la generación de una fuerte identidad microempresarial, el despliegue de redes cooperativas, el fortalecimiento de la asociatividad y la moralización de las prácticas económicas
- promover la equidad en todos sus sentidos especialmente en términos de género para que las mujeres no solo puedan acceder a la respectiva aglomeración sino que puedan tener un papel protagónico en ella.

En cuanto a la densidad institucional, esta se compondría de tres elementos:<sup>102</sup>

102. La propuesta proviene del conocido texto de Amin y Thrift (1993), pero adecuada al tipo de contextos que se han abordado en el presente estudio.

- la presencia de un número significativo de actores e instituciones. Entre ellos hay que destacar las asociaciones de pequeños empresarios.
- la interacción entre ellos donde hay que destacar, por un lado, el papel de liderazgo que las asociaciones de pequeños empresarios deberían jugar y, por otro lado, la función facilitadora que debería asumir la Municipalidad.
- la formulación de un proyecto de desarrollo local, basado en la actividad autogeneradora de empleo, pero fruto del consenso de los actores locales e instituciones presentes.

Concluyendo, la hipótesis central, en términos de intervención, es que si se logra que la aglomeración productiva tenga las características mencionadas y que se configure suficiente densidad institucional, de acuerdo con los elementos señalados, sería posible una dinámica de desarrollo local en la que la autogeneración de empleo tendría un papel central. De esta manera, esta tendría una inserción lo menos espuria posible en la globalización y aprovecharía las oportunidades que este proceso ofrece.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGEXPRONT.**(1998): Análisis del comportamiento de las exportaciones 1988, *Documento*, (Guatemala, **AGEXPRONT**).
- Amin. A.Thrift,N.(1993): "Globalization, Institutional Thickness and Local Prospects", *Revue d'Economie Regional et Urbaine*, No. 3.
- Asturias de Barrios,L.( 1986): *Comalapa: el traje y su significado*, (Guatemala, Museo Ixchel).
- AVANCSO** (1994): El significado de la maquila en Guatemala. Elementos para su comprensión, *Cuadernos de Investigación*, No. 10, (Guatemala, **AVANCSO**).
- Barahona, G. (1996): Modificaciones en el patrón de urbanización de la ciudad de Choloma como consecuencia del funcionamiento de la industria maquiladora. *Tesis*, Maestría Latinoamericana de Trabajo Social, **UNAH**, Tegucigalpa.
- BCH** (1993): Actividad económica de las Zonas Libres y las Zonas Industriales de Procesamiento. *Informe*, (Tegucigalpa, Banco Central de Honduras).
- Becattini, G. (1992): "El distrito industrial marshalliano como concepto socio-económico"; en F. Pyke, G. Becattini y W. Sengenberger (comps.): *Los distritos industriales y las pequeñas*

- empresas. Distritos industriales y cooperación interempresarial en Italia. I.*, (Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).
- Bulmer-Thomas, V. (1989): *La economía política de Centroamérica desde 1920*, (Tegucigalpa, Banco Centroamericano de Integración Económica).
- \_\_\_\_\_(1997): "Introducción"; en V. Bulmer-Thomas (comp.): *El nuevo modelo económico en América Latina. Su efecto en la distribución del ingreso y en la pobreza*. (México, Fondo de Cultura Económica).
- Burlingame, M. (1997): *Conservation in the Monteverde Zone: Contributions of the Conservation Organizations*, *Mimeo*.
- Briones, C. (1998): *Microempresa y transformación productiva*, (San Salvador, FLACSO).
- CANAMET (1996): *La micro y pequeña empresa turística de Costa Rica. Diagnóstico de situación*, (San José, CANAMET).
- CANATUR (1998): *Elaboración de estadísticas de turismo en Centroamérica*, *Mimeo*.
- Castells, M. y A. Portes (1989): "World Underneath: The Origins, Dynamics and Effects of the Informal Economy"; en A. Portes, M. Castells y L. Benton (eds.): *The Informal Economy. Studies in Advanced and Less Developed Countries*, (Baltimore, The Johns Hopkins University Press).
- Coriat, B. (1993): *Pensar al revés. Trabajo y organización en la empresa japonesa*, (Madrid, Siglo XXI).
- Domenech, C; Machacuay, S. y Menjívar, R. (coord.). (1988): *Microempresa, servicios financieros y equidad*, (San José, FLACSO).
- Esquivel, F. (1998): *El entorno económico de la empresa pequeña en Centroamérica*, (San José, COCEMÍ).
- Falla, R. (1978): *Quiche rebelde*, (Guatemala, Editorial Universitaria).

- Funkhouser, E. y Pérez Sáinz, J. P. (coord.). (1998): *Empleo y pobreza en Centroamérica. Ganadores y perdedores del ajuste*, (San José, FLACSO/SSRC).
- Gall, F. (comp.). (1983): *Diccionario geográfico de Guatemala*, (Guatemala, Instituto Geográfico Nacional).
- INE (1996): *X Censo Nacional de Población y V de Vivienda*, (Guatemala, Instituto Nacional de Estadística).
- Kaztman, R. (1989): "La heterogeneidad de la pobreza. El caso de Montevideo", *Revista de la CEPAL*, **NO**. 37.
- Leroux, R. (s.f): *Turismo en Centroamérica: Integración y microempresa*, (San José, ACEPESA/OIT).
- Menjívar Larín, R. y Pérez Sáinz, J. P. (coord.). (1993): *M héroes ni villanas. Género e informalidad en Centroamérica*, (San José, FLACSO).
- Nash, M. (1970): *Los mayas en la era de la máquina*, (Guatemala, Seminario de Integración Social Guatemalteca).
- OIT (1997a): Aspectos sociales y laborales de las zonas francas industriales del Istmo Centroamericano y República Dominicana: un marco para el debate, *Documento de base*, Seminario subregional tripartito sobre aspectos sociales y laborales de las zonas francas industriales, San José, 25-28 de noviembre.
- \_\_\_\_\_(1997b): *Panorama laboral 97*, (Ginebra, Organización Internacional del Trabajo).
- Parrilli, M. D. (1998): La competitividad de la micro y pequeña industria de muebles en Nicaragua. *Cuaderno de Investigación*, No. 3, (Managua, NITLAPÁN).
- Pérez, N. C. y Várela, C. A. (1995): Impacto socioeconómico de las maquiladoras y las zonas libres en Honduras, *Informe*, (San José, OIT).
- Pérez Sáinz, J. P. (1991): *Informalidad urbana en América Latina. Enfoques, problemáticas e interrogantes*, (Caracas, FLACSO/ Nueva Sociedad).

- (1994): *El dilema del nahual. Globalización, exclusión y trabajo en Centroamérica*, (San José, FLACSO).
- \_(1995): "Globalización y neoinformalidad en América Latina", *Nueva Sociedad*, No. 135 (enero-febrero).
- \_(1996): *Neoinformalidad en Centromérica*, (San José, FLACSO).
- \_(1997): "Entre lo global y lo local. Economías comunitarias en Centroamérica", *Sociología del Trabajo*, No. 30.
- \_(1998a): "¿Es necesario aún el concepto de informalidad?", *Perfiles Latinoamericanos*, No. 13.
- \_\_\_\_\_(1998b): "The New Faces of Informality in Central America", *Journal of Latin American Studies*, Vol.30, Part 1.
- Pérez Sáinz, J. P. y Andrade-Eekhoff, K. (1998): *Capital social y artesanía en El Salvador*, (San Salvador, FLACSO).
- Pérez Sáinz, J. P. y Cordero, A. (1994): *Sarchí. Artesanía y capital social*, (San José, FLACSO).
- Pérez Sáinz, J. P. y Leal, A. (1992): Pequeña empresa, capital social y etnicidad: el caso de San Pedro Sacatepéquez, *Debate*, No. 17, (Guatemala, FLACSO).
- Pérez Sáinz, J. P. y Menjívar Larín, R. (1991): *Informalidad urbana en Centroamérica. Entre la acumulación y la subsistencia*, (Caracas, FLACSO/Nueva Sociedad).
- Petersen, K. (1992): The Maquiladora Revolution in Guatemala, *Occasional Paper Series*, No. 2, (Yale, Yale Law School).
- Portes, A. y Sensenbrenner, J. (1993): "Embeddeness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action", *American Journal of Sociology*, Vol. 98, No. 6.
- PREALC (1991): *Empleo y equidad: el desafío de los 90*, (Santiago, PREALC).
- Rivas, F. y Fontana, Y. (comp.). (1994): Primera reunión de intercambio sobre la micro y pequeña empresa turística de América Latina, *Memoria*, (San José, ACEPESA).

Sayer, A. y Walker, R. (1994): *La nueva economía social. Reelaboración de la división del trabajo*, (Madrid, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

Thomas, J. (1997): "El nuevo modelo económico y los mercados laborales en América Latina", en V. Bulmer-Thomas (comp.).

Tokman, V. E. (1987): "El sector informal: quince años después". En *El Trimestre Económico*, No. 215, (México).

\_\_\_\_\_(1997): "Generación de empleo y reformas laborales", *Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe*, (Caracas, FLACSO/Nueva Sociedad).

**TOSÍ, J.** (s.f.): Breve historia de la Reserva Biológica Bosque Nuboso Monteverde, 1972-1992, *Mimeo*.

## LISTA DE ACRÓNIMOS

**ACEPESA:** Asociación Centro Ejecutor de Proyectos Económicos y de Salud.

**ACT:** Asociación de Cooperación Técnica.

**ADEL:** Asociación para el Desarrollo Local.

**AGEXPRONT:** Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales.

**AMDEC:** Asociación de Mujeres en Desarrollo Comunal.

**AMIGAM:** Asociación de Microempresarios del Gran Área Metropolitana.

**AMITUFOR:** Asociación de Microempresarios de La Fortuna.

**ASAL:** Palma Asociación de Artesanos y Artistas de La Palma.

**BCIE:** Banco Centroamericano de Integración Económica.

**BFA:** Banco de Fomento Agropecuario.

**BID:** Banco Interamericano de Desarrollo.

**CANAMET:** Cámara Nacional de la Microempresa Turística.

**CANATUR:** Cámara Nacional de Turismo.

**CEDART:** Centro de Diseño y Desarrollo Artesanal.

**CEPCOMA:** Centro de Desarrollo Integral para la Comunidad Indígena.

**COCEMI:** Comité Coordinador de Empresarios de la Microempresa de la Región Central de América.

**CODEH:** Comisión de Derechos Humanos.

**CONVAVIGUA:** Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala.

**CORDES:** coordinadora para el Desarrollo Social de El Salvador.

**COSATUR:** Corporación Salvadoreña de Turismo.

**CREFAC:** Centro de Reorientación Familiar.

**FEPADE:** Fundación para el Desarrollo Empresarial.

**FIAES:** Fondo de Iniciativa para Las Américas en El Salvador.

**FITH:** Federación Internacional del Trabajo de Honduras.

**FMLN:** Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional.

**FOEXCA:** Fondo para el Fortalecimiento de las Exportaciones Centroamericanas.

**FundaUngo:** Fundación Guillermo Manuel Ungo.

**FUNPROCOOP:** Fundación Promotora de Cooperativas.

**GEXPRONT:** Gremial de Exportadores No Tradicionales.

**ICT:** Instituto Costarricense de Turismo.

**INA:** Instituto Nacional de Aprendizaje.

**INTECAP:** Instituto Técnico de Capacitación.

**MENMAGUA:** Mesa Nacional Maya.

**OIT:** Organización Internacional del Trabajo.

**PREALC: Programa Regional de Empleo para América Latina.**

**PRODESAR: Programa de Desarrollo de la Artesanía.**

**PROMICRO: Fortalecimiento y Promoción de las Organizaciones Gremiales, las innovaciones productivas y los programas de apoyo a microempresas en América Central.**

**TUR CASA: Asociación de Turismo en Casa.**

**ZIP: Zonas Industriales de Procesamiento.**

**ZOLIC: Zona Libre de Industria y Comercio.**



# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	7
<b>I: AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO Y AGLOMERACIONES TERRITORIALES ALGUNAS PRECISIONES TEÓRICAS</b>	21
<i>Globalización y autogeneración de empleo</i>	21
<i>Territorialidad y autogeneración de empleo en Centroamérica: algunas hipótesis</i>	32
<b>II: TURISMO Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO</b>	37
<i>San José, La Fortuna y Monteverde</i>	39
<i>Turismo y aglomeraciones de pequeñas empresas</i>	50
<b>III: SUBCONTRATACIÓN Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO</b>	67
<i>Quebrada Seca, La Jutosa y Davis, San Pedro Sacatepéquez</i>	69
<i>Subcontratación y aglomeraciones de pequeñas empresas</i>	82
<b>IV: ARTESANÍA Y AUTOGENERACIÓN DE EMPLEO</b>	105
<i>La Palma y Comalapa</i>	108
<i>Artesanía y aglomeraciones de pequeñas empresas</i>	128
<b>V: CONCLUSIONES</b>	139
<i>Globalización y autogeneración de empleo</i>	159
<i>Algunas reflexiones para la acción</i>	170
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	185
<b>LISTA DE ACRÓNIMOS</b>	189





Impreso por  
Litografía e Imprenta LIL, S.A.  
Apartado 75-1100  
San José, Costa Rica  
372911



**FLACSO**  
Facultad  
Latinoamericana  
de Ciencias Sociales  
Sede Costa Rica