



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Filosofía
Maestría en Estudios Antropológicos en Sociedades
Contemporáneas

Estrategias productivas sustentables en microempresas familiares.
Caso de estudio: Hecho en Babu y Casa Malaki
Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de
Maestra en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas

Presenta
Valeria Figueroa Trevio

Dirigido por:
Dra. Marja Teresita Gonzen tentable

Dra. Marja Teresita Gonzen tentablesPresidente

Dr. Gaspar Real Cabello
Secretario

Dr. Carlos Leon Salazar
Vocal

Dra. Candi Uribe Pineda
Suplente

Dr. Juan Josainedalazarzen tentSuplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.
Diciembre 2022
México

Dedicatoria

- La información es poder - dicen por ahí.

Como investigadores, tenemos el privilegio del conocimiento. Esta tesis es una dedicatoria a todas las investigaciones que han marcado la diferencia hacia un desarrollo más justo y limpio, a las ves de que es un exhorto para continuar divulgando conocimiento, en beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

Agradecimientos

Agradezco infinitamente a mi esposo Jesús por su apoyo y paciencia, a mi madre por sus consejos y apapachos, a mi padre por sus palabras de aliento y a mis hermanos, por hacerme más llevadero el camino. Agradezco a mi asesora Marja por creer en mí y a la familia Moreno Basante por abrirme las puertas.

Resumen

En la búsqueda de diferentes opciones de desarrollo social y económico, se observan nuevas dinámicas sociales, resultado de adaptarse a su contexto sociohistorico local, surgen empresas familiares que se dedican a maximizar el tiempo de vida de recursos ya explotados por grandes empresas. El reciclaje como estrategia sustentable, dentro de una microempresa familiar, es un caso que podría brindarnos otra mirada del desarrollo, más justa con la sociedad y más equilibrada con los recursos naturales.

Abstract

This research focuses on cultural ecology and sustainable culture because sustainable development can be an alternative for growth for family microenterprises. Hecho en Babu and Casa Malak let us analyze and describe the characteristics and productive strategies they developed. The study uses an ethnographic methodology; the results presented here show the competitive advantages of both family microenterprises under their ability to use recycled resources, such as wine and perfume bottles, as raw materials. In turn, it details the benefits in the interaction process with customers, derived from the proximity generated by the exchange of raw material for discounts and other favors, without neglecting the socio-environmental benefit promoted by its production given its nature.

INDICE

INTRODUCCIÓN	8
Objetivos	12
Preguntas particulares y de intervención	12
Variables	12
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	13
CAPITULO II. MARCO CONCEPTUAL	21
Introducción	21
Cultura	22
Estudio de la cultura desde la ecología cultural	24
Desarrollo	27
Cultura sustentable	33
Estrategias productivas	40
Reciclaje como estrategia productiva sustentable	43
¿Por qué el reciclaje como estrategia productiva?	44
Microempresa familiar	51
Conclusiones del capitulo	59
CAPITULO III. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	62
3.1 Observación participante	67
3.2 Entrevistas etnográficas	69
Sistematización	70
Propuesta de intervención	71
CAPÍTULO IV. TRABAJO ETNOGRÁFICO: DESCRIPCIÓN DE UNA EMPRESA FAMILIAR	72
4.1 De Azucena Basante ha Hecho en Babu	74
4.2 Ubicación y descripción del Taller	80
4.3 Procesos, arte y estrategias de una microempresa familiar	84
4.4 De Raquel ha Casa Malaki	91

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES	105
Introducción	105
5.1 Análisis y descripción de las características que convierten en sustentable a las microempresas: Hecho en Babu y Casa Malaki	107
5.1.2 Sentido de responsabilidad por preservar los conocimientos locales	107
5.1.3 Aprovechamiento al máximo de recursos naturales	109
5.1.4 Innovación en técnicas artísticas clásicas con recursos reciclados	113
5.1.5 Permiten la participación de su localidad y fomentan acciones sustentables	116
5.1.6 Redes de apoyo y alianzas con otros artesanos	119
5.1.7 Colaboraciones con otros artesanos	120
5.2 Momentos clave en la creación de Hecho en Babu como empresa familiar	122
5.3 Observación y registró de la dinámica del sistema familia-empresa en ambas empresas	124
5.4 Conclusiones finales	126
BIBLIOGRAFÍA	129
Entrevistas	137
Sra. Azucena Basante Butron, dueña de Hecho en Babu, 15 de octubre del 2021	137

INTRODUCCIÓN

Problemática

Los desechos que generamos los humanos se han convertido en una problemática ambiental a nivel mundial; en lo que respecta a Occidente, el modelo de desarrollo que practicamos ha demostrado ser deficiente e incluso riesgoso, en parte por las secuelas ambientales que produce y en parte, por la indiferencia que hemos mostrado hacia las consecuencias de este modelo. La sobreexplotación de recursos naturales, seguida por la sobreacumulación de desechos, son acciones naturalizadas en el actual modelo de desarrollo, el cual propone como ciclo de vida, para todos los productos en el mercado: crear, utilizar y desechar.

Como respuesta a lo anterior, distintas empresas transnacionales han comenzado a incluir acciones en pro del ambiente en su sistema de producción, como es el caso del reciclaje, no obstante, las consecuencias que dejan sus residuos continúan rebasando por mucho estas acciones. La falta de legislación hacia las empresas, por la cantidad de basura que generan, ya sea de forma directa o indirecta, ha permitido un moderno frenesí por parte de los departamentos de marketing de cada empresa, por crear una cantidad irracional de presentaciones de un mismo producto, así como de incluir los plásticos de un solo uso de forma excesiva, en cada artículo.

En el 2019, se estimaba que la cantidad de desechos que se estaban generando a nivel mundial, era aproximadamente de 2,100 millones de toneladas de basura al año, de la cual únicamente el 16%, se sometía a un proceso de reciclaje (BBC News Mundo, 2019). La cantidad de basura que generan los habitantes de cada país depende de muchos factores, entre los cuales se puede mencionar, la economía familiar, el desarrollo en el que se encuentre la nación o los patrones de consumo de la sociedad.

Cada país, tiene un promedio de residuos sólidos urbanos diarios per cápita, por mencionar algunos ejemplos: los países de América Latina y el Caribe

generan 0,93 kg de basura diaria, Estados Unidos y Suiza encabezan las cifras con 2.08 kg y 1.95 kg respectivamente, mientras que Francia con 1.48 kg y Suecia con 1.42kg, son los países que menos generan desechos, después de América Latina y el Caribe (Tello, Martínez, Daza, Soulier y Terraza, 2010)

Las cifras mencionadas arriba, también nos hablan de las dinámicas sociales de cada país, al leer los datos podemos observar una correlación directa, entre los países desarrollados y las naciones en vías de desarrollo con los hábitos de consumo y desecho de sus habitantes. En ese mismo sentido, la basura dejó de ser un concepto únicamente ambiental, para ser analizado desde una perspectiva social, en la que no solo destaca a la desigualdad social como la verdadera cara del sistema capitalista, sino que la basura se ha convertido en una variante importante a considerar, en el plan de desarrollo de cada sociedad.

Los desechos que generamos, normalmente se clasifican en: orgánicos, inorgánicos y sanitarios, si bien, en nuestro contexto sociohistórico, todos los tipos de desechos son considerados un problema, uno de los mayores retos que afrontan las especies de la tierra, así como sus ecosistemas, es la basura de tipo inorgánica, esto por la excesiva cantidad que se genera y porque se trata de productos sintéticos, los cuales no son biodegradables, por lo que su descomposición tarda años e incluso décadas. Algunos ejemplos de este tipo de basura son el cartón plastificado, el vidrio, el metal, las telas sintéticas y los plásticos.

La basura, al ser tanta y al tardar años en desintegrarse, se acumula y comienza a degradar la tierra, el aire y el agua del lugar donde yace, consecuencias que rápidamente cobran efecto sobre la flora y fauna de la zona, esta cadena de efectos colaterales continúa hasta influir perjudicialmente en la salud humana, así como sus dinámicas sociales y culturales.

Se podría pensar que los desechos que generamos los humanos influyen en nuestras dinámicas sociales, en la medida en que van aumentando y

acumulándose. Las sociedades modernas, se encuentran padeciendo las decisiones de un sistema, enfocado en la obtención de capital, sin considerar las consecuencias ambientales, sociales y culturales. Claro ejemplo lo podemos encontrar en el Pacífico norte, en la “isla basura”, una zona de acumulación de desechos en su mayoría plásticos, que se estima alcanza una superficie de 17 000 000 km² (Ruales De Haz et al., 2020). Este problema de larga duración, “generará para el 2050, más microplásticos que peces en los océanos” (Cechin, Collins, Holm y Rivo, 2019), lo que implica una cadena de repercusiones para la humanidad, en sus alimentos, salud, en las dinámicas laborales de ciertos sectores y los problemas ambientales que se desencadenarán.

Hablando específicamente de México, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2016), indicó que tan solo en este país, al año se generan 42 millones de toneladas de residuos sólidos, de los cuáles más del 60% podrían ser reutilizados o reciclados. Un claro caso es el vidrio, un material 100% reciclable, el cual no pierde sus propiedades después de ser nuevamente fundido, por lo que puede reciclarse incontables veces, no obstante, así como tiene bondades, también representa una amenaza ambiental de larga duración, puesto que tarda en degradarse hasta 1 millón de años. En México anualmente se desechan 2.5 millones de toneladas de envases de vidrio, de las cuales únicamente el 12% es reciclado (SEMARNAT, 2016).

Dentro de los sistemas sociales, algunos habitantes han visto la oportunidad de utilizar los recursos ya explotados por grandes empresas, como materia prima dentro de sus propias empresas, este tipo de acciones no solo representa menor inversión para una microempresa, también maximiza el uso de los recursos naturales ya explotados y evita mayor acumulación de basura.

En México, en el estado de Querétaro existe el caso de una familia, dedicada a trabajar el vidrio para la elaboración de piezas artísticas, como vitrales, la familia ha introducido en su microempresa como materia prima, las botellas de

vino o destilados, para reciclarlas y transformarlas en piezas utilitarias o artísticas que comercializan. Esta estrategia les ha demandado integrar en su proceso de producción, la recuperación de botellas de vidrio mediante, la generación de redes de apoyo. Este caso, podría mostrarnos una opción sustentable viable como parte del desarrollo de una sociedad, haciendo uso de los recursos locales que tiene a su alcance.

Justificación

Estudiar casos que puedan brindar, opciones sustentables al desarrollo de las actuales sociedades, sin priorizar necesariamente el factor económico, podría brindar mayor conocimiento sobre el funcionamiento y la viabilidad de estas alternativas, en términos socioculturales. La sociedad misma, es la que ha sido autora de estas opciones más justas y sustentables, de la preservación de conocimientos y prácticas artesanales, por lo que reflexionar y teorizar sobre la pertinencia de estas alternativas ecológicas y equitativas, dentro del desarrollo de una sociedad, puede ser un parteaguas en su evolución y la preservación de fuentes naturales.

La sociedad, en su preocupación por los desastres naturales que ha generado, ha comenzado a tomar acción en manifestaciones, con acciones y en espacios de reflexión. Muchas de las nuevas prácticas pro ambientales que la sociedad ha comenzado a buscar, pudiesen parecer hechos aislados de bajo impacto, no obstante, algunos de los principios de la sustentabilidad justo parten de las soluciones y recursos locales. Hacer visibles, estos “hechos aislados”, continúa siendo un incentivo social al cambio.

La investigación que se presenta a continuación, es la respuesta a una duda personal de la autora, en la que se plantea la viabilidad de incluir estrategias sustentables dentro de pequeñas empresas, con la hipótesis de que esto podría brindar equilibrio, entre la búsqueda de capital y las dinámicas sociales, culturales, así como el cuidado medio ambiental.

Objetivos

Objetivo General

Analizar y describir las características o estrategias, que vuelven sustentable a la microempresa familiar Hecho en Babu y a la tienda de artesanías Casa Malaki.

Objetivos particulares

- A) Analizar los momentos clave en la creación de Hecho en Babu como empresa familiar
- B) Observar y registrar la dinámica del sistema familia-empresa en ambas empresas
- C) Analizar la viabilidad de implementar principios y estrategias sustentable dentro de microempresas

Preguntas particulares y de intervención

Preguntas particulares

¿Cuáles son las características que definen como sustentable a la microempresa familiar Hecho en Babu y a la tienda de artesanías Casa Malaki?

¿Cuáles son los momentos clave en la creación de Hecho en Babu?

¿Cómo es la dinámica del sistema familia-empresa en Hecho en ambas empresas?

¿Se puede considerar viable implementar estrategias sustentables dentro de una microempresa?

Pregunta de intervención

¿Cuál es la importancia de difundir una cultura sustentable?

Variables

- Cultura sustentable
- Reciclaje como estrategia productiva
- Microempresa familiar

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

A partir de la revolución industrial se dio inicio a la producción en masa y por ende a la sobreexplotación de los recursos naturales, las consecuencias de tales hechos históricos ha perjudicado directamente a la tierra; su flora, fauna y a los seres humano. Sin embargo, no fue hasta finales de la década de 1940, que el deterioro ambiental comenzó a ser un tema de interés para investigadores y científicos.

Aunque en esos años los temas medioambientales apenas comenzaban a ser observados y considerados como relevantes para la humanidad, a finales de 1950 ya era evidente, la importancia de los fenómenos de degradación ambiental sobre toda vida en el planeta. Las repercusiones como el inicio del efecto invernadero, deforestación, pérdida de la biodiversidad, erosión, entre otras, ya eran indiscutibles.

El entonces naciente interés científico, por las consecuencias ambientales que provoca el ser humano en su camino a lo que se ha considerado como desarrollo, dio paso a importantes estudios. Charles Keeling, en 1958, midió por vez primera las emisiones del CO₂, las cuales afectan directamente la temperatura de la tierra. El científico estaba convencido de que el aumento de este gas no era una variabilidad natural de nuestro planeta (Escobar, 2021). No obstante, en la década de 1960, apenas se comenzaba a proponer la idea de que las acciones humanas, eran las estaban ocasionando un desequilibrio en el medio ambiente.

Contemporáneo al estudio de Keeling, surgió la investigación de Rachel Carson, titulada Primavera silenciosa (1960). En dicho estudio, la bióloga marina expone los graves efectos del uso de pesticidas en los ecosistemas y como estos ingresan a la cadena alimenticia, dañando animales, fauna y seres humanos. Carson es considerada como la pionera en el movimiento ambientalista que conocemos actualmente (Escobar, 2021).

En 1968 se creó el Club de Roma, una agrupación sin fines de lucro compuesta por académicos, políticos y científicos cuyo interés se enfocaba en un progreso holístico e interdisciplinario.

A inicios de 1970, la degradación ambiental ya era un tema parte de la agenda de la Organización de la Naciones Unidas (ONU), la cual, en su intento por enfrentar la crisis ambiental, crea en 1972 el Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con sede en Gigiri, Kenia.

En ese mismo año, surge la primera ponencia que ponen sobre la mesa temas medioambientales, la Conferencia sobre el Medio Humano, la cual se realizó en Estocolmo en 1972. El entonces Secretario General de la Conferencia, Maurice Strong (1972) compartió que "los países industrializados donde la preocupación por la contaminación creó la idea original de la Conferencia de Estocolmo" (citado en Estenssoro y Devés, 2013, p. 241.). Lo anterior, fue en parte uno de los motivos por el que antes de llevarse a cabo dicha ponencia, ya había causado conmoción y duda en los países subdesarrollados. Estenssoro (2015).

“En otras palabras, el Sur del mundo sospechaba que los países desarrollados estaban orientando los esfuerzos del sistema internacional a priorizar la resolución de aquellos temas que venían afectando la calidad de vida de sus ya opulentas sociedades, dejando de lado los esfuerzos por superar el subdesarrollo de la mayoría de la humanidad” (p.84).

Además, el mismo autor también señala que, ante la sospecha y desconformidad de los países en vías de desarrollo, se tuvieron que llevar a cabo reuniones en Founex, Suiza en 1971, con la finalidad de conciliar los intereses de estos países con la propuesta de protección al medio ambiente. Únicamente de esta forma, la conferencia en Estocolmo llevada a cabo un año después, pudo realizarse con éxito.

Las reuniones realizadas a cabo en Suiza, dieron origen al Informe Founex, el cual, según Maya (2008), reconocía problemas como la pobreza, hambruna y carencia de viviendas de los países en vías de desarrollo, como problemas ambientales. Es decir, si bien los problemas ambientales de los países del sur, no hacían referencia en cuanto a la calidad de vida de sus habitantes, lo hacían en cuanto a la posibilidad de la vida misma. El informe Founex es considerado por muchos la definición de un nuevo desarrollo, el cual no considera únicamente el progreso económico, sino también la distribución equitativa de sus recompensas.

A raíz del informe Founex, Maurice Strong acuñó el término Ecodesarrollo en la conferencia de Estocolmo ya en 1972, concepto que sería desarrollado más tarde por el francés Ignacy Sachs (Rivera, Blanco, Alcántara, Pascal y Pérez, 2017). Tal concepto, pretendía contrariar la idea de que el progreso, era sinónimo de crecimiento económico únicamente. El objetivo era no tener una sola propuesta de desarrollo, como hasta ese entonces. Sachs (1980) nos comparte:

“En lugar de empeñarse en transformar con gran costo el medio, a fin de hacerlo apto para recibir técnicas exóticas, hace falta analizar las posibilidades de cada ecosistema [...] La sabiduría popular y la antropología de lo cotidiano de las poblaciones indígenas y lugareñas constituyen una importantísima fuente de información y e indicios para la investigación cuya importancia no podemos subestimar” (p. 722).

La perspectiva de desarrollo que proponía Sachs, no se detenía en incluir al medio ambiente como parte del progreso de una sociedad, planteaba utilizar los saberes locales, incluir a la misma sociedad dentro de su desarrollo, respetar los ciclos naturales e imponer límites a la creatividad

humana y a su tecnología, minimizando así el daño ecológico y social del desarrollo.

Si bien, el concepto de ecodesarrollo desde su origen persiguió el objetivo de armonizar el progreso de la sociedad, con los efectos que este tiene sobre la tierra, su aceptación tuvo un periodo relativamente corto, específicamente hablando de 1972 a 1983 (Estenssoro, 2015). Durante la promoción por países de Latinoamérica, para la aceptación y apoyo del ecodesarrollo y lo que implicaba, no paso mucho tiempo para que “la diplomacia estadounidense manifestara su desaprobación hacia este concepto” (Rivera, et al., 2017, p.59).

Algunos de los acontecimientos que se llevaron a cabo en México, respecto al ecodesarrollo, fueron el seminario Medio Ambiente y Desarrollo: Estrategias para el Tercer

Mundo, en 1973, en cual Sachs planteo el ecodesarrollo a intelectuales mexicanos y funcionarios tales como el Presidente Echeverría, promoviendo entre los niveles más altos, la incorporación del factor ambiental dentro de la toma de decisiones. Parte de los resultados del seminario sería la fundación del Centro de Ecodesarrollo en México (Estenssoro, 2015). Este último centro, tiene como bases los principios del ecodesarrollo, por lo que con el apoyo de investigadores, se pretende contribuir en la construcción de un desarrollo justo y limpio.

Un año más tarde en 1974, se celebró otro seminario realizado por PNUMA/UNESCO, con sede igualmente en México, en la Ciudad de Cocoyoc, en este se trataron los Modelos de Utilización de Recursos Naturales, Medio Ambiente y Estrategias de Desarrollo. Los principales temas expuestos por los asistentes fueron, la correlación entre la mala distribución de los recursos naturales, con la pobreza de países en vías de desarrollo.

En 1975, el autor Enrique Leff, publicó Hacia un Proyecto de Desarrollo, documento de gran importancia como antecedente, puesto que por vez primera se

planteaba la posibilidad de que el desarrollo fuera planeado desde factores locales, es decir, considerando al ecosistema, costumbres, recursos y conocimientos locales.

“Para los países localizados en la franja tropical del globo, el manejo del ambiente presenta mayores riesgos, pero también mayores expectativas para su desarrollo socioeconómico. Mayores peligros porque la imitación de patrones urbanos de las grandes urbes metropolitanas en las ciudades de estos países ha provocado en algunos casos niveles de contaminación que se encuentran entre los más altos del mundo, y porque las características ecológicas de sus suelos los hacen menos resistentes a perturbaciones externas, sobre todo en el trópico cálido húmedo” (Leff, p. 85).

Por otro lado y a nivel internacional, en 1976, después de dos años de discusiones por parte de países subdesarrollado, y de exponer ante la ONU la necesidad de crear un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI), se tomaron medidas que beneficiaban a los países no desarrollados, considerando sus derechos y las obligaciones del estado, no obstante, no pasó mucho antes de que los países industrializados tomaran dichas acciones, como unilaterales y sin efecto en el derecho internacional (Maya, 2008).

No obstante, pese al panorama nada alentador en el camino de un desarrollo social más justo, el ecodesarrollo actuó como cimiento para lo que hoy conocemos como desarrollo sustentable, un concepto indispensable para la actual crisis medio ambiental.

En 1987, se crea el documento Nuestro Futuro en Común, más conocido como Informe Brundtland, desarrollado por la Comisión de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo. El libro dejaba en evidencia, aspectos importantes acerca de la pobreza y la brecha de bienestar social, entre los países industrializados y los que no.

“La espiral descendente de pobreza y degradación medioambiental constituye una pérdida de oportunidades y recursos. Se trata, en particular, de una pérdida de recursos humanos. Estas vinculaciones entre la pobreza, la desigualdad y la degradación medioambiental forman un tema importante en nuestro análisis y recomendaciones. Lo que se necesita ahora es una nueva era de crecimiento económico, un crecimiento que sea poderosa a la par que sostenible social y medioambientalmente” (Brutland, 1987, p.18)

El informe fue creado por la Comisión Brutland, a cargo de Gro Harlem Brutland, ex ministra de Noruega, y responsable de desarrollar el concepto de sostenibilidad, mencionado por primera vez en el documento. Si bien el documento, hace referencia a la pobreza como el principal problema medio ambiental, para otros autores, el informe continúa con un tinte conservador, en el que la pobreza se entiende como un estado absoluto del que debemos alejarnos, más no se considera, un efecto del tipo de desarrollo que conservamos (Maya, 2008).

En lo que se refiere a los países hispanohablantes, el informe Brutland también generó confusión en cuanto a la traducción de *sustainable development*, frase mencionada en el documento, que en los últimos años ha sido un tema puesto en debate; en el idioma castellano, tal frase puede traducirse como desarrollo sostenible o sustentable, ambas traducciones ya han tomado connotaciones muy distintas.

Por un lado, se ha asociado a la sostenibilidad con “mantener” una situación determinada, en este caso, para tener un desarrollo sostenible sería necesario seguir con el crecimiento económico estandarizado por los países industrializados (Rivera et al. 2017), por otra parte quienes se refieren al término de sustentabilidad como un concepto holístico, que alude a un desarrollo integral, donde se toma en cuenta el progreso cultural, económico, social y ambiental de

cada sociedad. Enrique Leff (1975) afirmaba que únicamente tomando en cuenta las consideraciones básicas de la región, solo así se podría lograr un desarrollo a largo plazo.

Por último, cabe mencionar que uno de los principales retos para la propuesta de un desarrollo sustentable, era alinear estos nuevos principios sustentables, con el sistema de producción capitalista. Como resultado de las reflexiones que se dieron al respecto, comenzaron a surgir personas y empresas que desarrollaron propuestas de producción, donde se consideraba en la toma de decisiones, las repercusiones al medio ambiente y a la sociedad.

En 1987, Walter Stahel manifestó una propuesta que planteaba como solución transformar el periodo de vida de los productos en sistemas circulares y no lineales. Los sistemas lineales incluyen en sus procesos el diseño, creación, uso y eliminación de un bien, por otro lado, en un ciclo circular se incluiría la integración de los desechos al ciclo de vida de otro producto. De esta manera, Stahel creó la expresión *Cradle to Cradle* (de la cuna a la cuna).

A principios de la siguiente década, en 1994, el profesor John T. Lyle “postuló que cualquier sistema, partiendo de la agricultura, se puede organizar de formas regenerativas, emulando el funcionamiento de los ecosistemas, donde los productos se crean e interaccionan sin producir residuos” (citado en Hermida y Domínguez, 2014, p.83).

Ya en el siglo XXI, William McDonough y Michael Braungart publicaron el libro *Cradle to Cradle* (2005), en cual exponen como idea principal eliminar los desechos reciclando los materiales y aprovechándolos para crear otros productos de mayor valor, lo que actualmente se conoce como *upcycling*. Por su parte, Martínez y Porcelli, 2018, agregan que además, y como consecuencia de estas propuestas, las personas se volverían más conscientes, demandando y ofreciendo productos sanos, justos y compatibles con la naturaleza.

La transformación de los procesos en favor de otros más ecológicos dentro de algunas empresas, en consonancia con el interés por el cuidado de la vida humana y la preservación de la cultura, dio pie a la propuesta del desarrollo sustentable. Tal como expresa Camarena y Mancilla (2013):

“Podemos decir que, si bien las propuestas del desarrollo sustentable incluyen el cuidado del uso de los recursos naturales sin dejar de utilizarlos, así como la aplicación y creación de tecnologías que utilicen menos energía de la que producen, la permanencia de la cultura y tradiciones de cada región es también parte importante para la aplicación de este tipo de desarrollo, en tanto que se trata de una sustentabilidad cultural” (p.12)

Afortunadamente, existieron muchos otros seminarios e investigaciones muy importantes, que fueron parte de la construcción de lo que hoy sabemos cómo desarrollo sustentable, no obstante, en este apartado, quisimos destacar los antecedentes que, en cierto modo contribuyen al sustento teórico en la investigación de la presente tesis.

Hoy en día, hablando específicamente de México, la propuesta de un desarrollo sustentable ha cobrado fuerza dentro de la población y el sector académico. En la última década, han surgido investigaciones de muy valioso aporte, que muestran las ventajas de considerar el contexto ambiental y los conocimientos locales, como parte del desarrollo de una región.

Autores contemporáneos, continúan contribuyendo a la propuesta de un desarrollo sustentable, investigaciones como, Conocimientos Locales: Aprendizajes a lo Largo de la Vida para la Sustentabilidad (Martinez, 2020) o La sustentabilidad agrícola de las Chinampas den el Valle de México: Caso Xochimilco (Gonzáles y Torres, 2014), hacen notar la importancia de llevar a la acción el concepto de sustentabilidad, en el desarrollo social, económico, ambiental y cultural de una sociedad.

CAPITULO II. MARCO CONCEPTUAL

Introducción

En este segundo capítulo se tiene la intención de analizar las principales categorías, que fungirán como sustento en el desarrollo de la investigación del tema de tesis propuesto. Los tres conceptos que se habrán de explorar son: cultura sustentable, estrategias productivas y microempresa familiar.

Con el desarrollo de estos conceptos, se pretende estudiar la viabilidad de una alternativa económica que sea afín a los principios de un desarrollo sustentable. En este punto cabe aclarar que si bien, se alude al desarrollo, lo que se busca es analizar posibles opciones que concilien aspectos sociales, culturales y ecológicos con los económicos.

Como es bien sabido, el actual modelo económico que las sociedades occidentales ejercemos, se ha caracterizado por una producción y consumismo sin precedentes en la historia de la humanidad, lo que entre muchas consecuencias ha ocasionado una sobreexplotación de recursos naturales y de mano de obra, así como la pérdida de conocimientos locales y prácticas artesanales.

Así pues, situándonos en el contexto de la actual crisis ambiental y social que se está viviendo en el planeta, es necesario prestar atención a las alternativas sustentables que se han ido desarrollando y que hemos comenzado a adoptar para satisfacer nuestras necesidades y estilos de vida, pero, procurando causar el mínimo impacto en el equilibrio natural y social.

Por lo anterior, resulta importante estudiar a detalle el concepto de sustentabilidad y revisar en qué medida puede beneficiar aplicarlo al de desarrollo social. De ser eficiente, el siguiente paso constaría en analizar cuáles son las estrategias que podrían implementarse para usarlo dentro de un sector

económico, y por último se tendría que revisar que segmento empresarial tiene más facilidad de adaptación para utilizarlo dentro de su modelo de trabajo.

Llevar a cabo acciones sustentable implica una labor por parte de cada individuo, del Estado y de la Industria, no obstante, la demanda de una economía justa proviene de la sociedad, la cual en si misma tiene un potencial de cambio que aún no ha sido del todo explotado. De ahí que los conceptos que se presentan a continuación, busquen sentar las bases para la comprensión de estrategias sustentables contemporáneas en microempresas familiares.

Cultura

Los humanos nos encontramos inmersos en una cultura desde que nacemos, esta puede estar influenciada por variantes sociales, demográficas, geográficas o antiguas herencias.

La cultura es un concepto inmaterial que se materializa y refleja en las actividades que desempeña cada individuo, así como en los hábitos de su sociedad. Por tanto, la cultura juega un papel importante como uno de los pilares que guía nuestras decisiones ante la vida, ayudando a definir la ética y moral de las persona de una sociedad.

Martínez y Ojeda (2010) definen a una sociedad como “un agregado de individuos que están unidos por una serie de principios comunes” (p.23), lo que nos hace pensar en que, este tipo de organización social, no se encuentra exento de tener un efecto en la conducta y comportamiento de las personas.

La huella que una cultura tiene en cada individuo, es en definitiva un factor que limita o potencia las decisiones y acciones según sea el caso. Podríamos decir que la cultura se hace tangible en las acciones humanas.

El antropólogo Edward B. Taylor (1871) desarrolló un concepto global de cultura, refiriéndose a este como “La cultura [...] es esa totalidad compleja que incluye el

conocimiento, las creencia, el arte, la moral, las leyes, las costumbre y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad” (como se citó en Kottak, 2011, p.29).

Al hablar de que esta información es adquirida, se entiende que la cultura es intencionalmente cultivada, posiblemente con la finalidad de que cada ser humano pueda adaptarse a la sociedad en la que se nace.

Dentro de la antropología, se conoce al término de enculturación como el proceso de aprendizaje de una cultura por el que pasa una persona (Kottak y Lisón, 1997). Durante los primeros años de vida de un individuo, este recibe instrucciones de cómo realizar todas y cada una de sus acciones, toda conducta es enseñada y aprendida ya sea por vía oral o mediante la observación.

Sobre lo anterior podríamos mencionar que Clifford Geertz (1973) en su libro Interpretación de las culturas, donde propone considerarla “no como complejos de esquemas concretos de conducta –costumbres, usanzas, tradiciones, conjuntos de hábitos- [...] sino como una serie de mecanismos de control -planes, recetas, reglas, instrucciones (lo que los ingenieros en computación llaman programas)- que gobiernan la conducta” (p. 43).

Si bien, la cultura puede llegar a gobernar la conducta de las personas que la practican, la enculturación es un proceso social que todas las sociedades llevan a cabo y que les ha permitido la conservación de culturas. La enculturación se da a través de la educación informal, en el entorno en el que crecen y se desarrollan los individuos, a diferencia de la aculturación, que ocurre a través de la educación formal, principalmente.

Por su parte Leslie White (1959), antropólogo partidario de la ecología cultural define a la cultura como un medio que los individuos tienen para acoplarse a la naturaleza (Velasco, 2007).

Si bien los autores mencionados no coinciden en corrientes de pensamiento, resulta importante mencionar las definiciones de cultura tan distintas entre sí para comprender la complejidad del concepto, el cual bien podemos intuir, no es estático y se encuentra en constante construcción.

Sabemos que la cultura está implícita en cada grupo social y es reproducida por las personas que lo integran, lo podemos pensar como un conjunto “del todo” que rodea, es parte y distingue a una sociedad de otra; y “del todo” nos referimos a los aspectos tangibles como intangibles, subjetivos y objetivos, religiosos y políticos por que la cultura integra y define tanto lo que es una sociedad como lo que no es.

Por último, podemos decir que el concepto de cultura no es estático, atiende a un contexto y tiene un eje central: el estudio del ser humano y su interacción con el medio ambiente en el que habita y convive con otros seres, con quienes implementa sus complejos sistemas simbólicos. El ser humano es el creador de la cultura de la que terminara siendo producto (Martínez y Ojeda, 2010).

Estudio de la cultura desde la ecología cultural

Dadas las características del tema que se aborda en esta investigación, se cree pertinente partir del concepto de cultura que nos ofrece la ecología cultural.

La ecología cultural es una corriente de pensamiento antropológica que se enfoca en el estudio de la interacción y desarrollo de una cultura en un medio ambiente determinado, los principales autores dentro de esta escuela fueron Julian Steward (1902-1972), Leslie White (1900-1975), Marvin Harris (1927-2001) y George Murdock (1897-1985).

Para efectos del apartado que aquí nos concierne, estudiaremos la ecología cultural desde la perspectiva de Julian Steward, autor quien en 1955 se dio a la tarea de de analizar los distintos conceptos de ecología, incluido el de “ecología

cultural”. En la obra: “El concepto y el método de la ecología cultural”, esclarece las diferencias que existen entre ecología biológica, cultural y humana o social.

Enfocándonos en la ecología cultural, Steward (1955) definió a la ecología como la adaptación al ambiente, enfatizando que el humano no sólo responde como organismo dentro de su ecosistema sino que agrega un factor supra orgánico: la cultura. El autor también menciona que esta característica agregada, es capaz de intervenir y ser intervenido por el ambiente.

Gracias a la visión interdisciplinaria que le otorgaron sus estudios, Steward (1955) profundizó en el estudio del vínculo cultura-biología, buscaba distinguir el objetivo y los métodos de cada cual, así como el aporte histórico –comúnmente utilizado en antropología- para decidir los procesos que participan en la adaptación de la cultura al medio ambiente.

Es importante comprender que el ser humano siempre va a ser parte de un ecosistema al cual deberá adaptarse, no obstante, el hombre también tendrá las facultades para intervenir en él y transformarlo; por lo que el ambiente y el equilibrio de este juega un papel importante en el desarrollo de las diferentes culturas. Desde la ecología cultural, el vínculo que los seres humanos tienen con el ambiente que les rodea está directamente ligado a la evolución de su cultura.

Para ejemplificar mejor la idea anterior podemos mencionar el caso de las antiguas civilizaciones mesoamericanas, como los mexicas o los mixtecos, sociedades que desarrollaron la capacidad de adaptarse a su territorio mediante sus chinampas.

Estas islas de tierra fértil flotantes fueron un tipo de cultivo realizado sobre lagos y pantanos, utilizado para ampliar las extensiones de tierra y tener más espacios para la producción de comida. Esta técnica era utilizada en lugares donde el agua era uno de los principales recursos naturales (González y Torres, 2014). Acerca de esta práctica, resulta interesante observar que actualmente es

considerada sustentable, académicos de la Universidad Autónoma del Estado de México se encuentran realizando investigaciones en torno a su recuperación.

Desde el punto de vista de la ecología cultural, este tipo de estrategias de adaptación al ambiente por parte de una sociedad, son factores determinantes en la evolución de su cultura. Los seres humanos estamos habituados a enfrentar problemática geográfica específicas de la zona en que vivimos

Las culturas individuales y su capacidad de adaptación fue un tema ampliamente reflexionado por el ecólogo cultural, quien no aprobaba la idea de que todas las culturas repetiesen un mismo proceso de desarrollo, en palabras de Velasco (2007):

“Steward propone que las culturas en ambientes similares pueden tender a seguir las mismas secuencias de desarrollo, [...] El propuso que las culturas podrían desarrollarse en distintos patrones dependiendo sus circunstancias ambientales. Consecuentemente el llamo a su teoría multilineal”. (p. 83-84).

Desde una perspectiva académica, una investigación enfocada a partir de la ecología cultural brinda la oportunidad de sumarle a la investigación otro tipo de datos cuantitativos que aportan más valor al contexto y pueden brindar pistas interpretativas en cuanto a las actitudes de cada sociedad.

Por último, es esencial señalar que dentro del sistema cultura-naturaleza, el vínculo entre el ser humano y el ecosistema que le rodea no se limita a la adaptación del ser humano a su entorno, sino que este último desarrolla la habilidad de alterar e intervenir a su favor el contexto ambiental en el que habita. En este sentido, en el siguiente apartado hacemos mención el concepto de desarrollo.

Desarrollo

Antes de profundizar en el concepto de desarrollo sustentable, es necesario homogenizar el significado de desarrollo, si bien se trata de un concepto polisémico, por lo regular se asocia al progreso social, económico y/o cultural de una sociedad; al mismo tiempo el concepto tiene un vínculo con la modernidad, puesto que los avances tecnológicos influyen directamente en la evolución de las naciones.

Actualmente se clasifica a los países en desarrollados y en vías de desarrollo o subdesarrollados. Los primeros países, son los que tienen la capacidad de ofrecer una vida digna a sus habitantes, tienen una economía estable, se encuentran tecnológicamente avanzados, se caracterizan por ser sociedades industrializadas y urbanizadas, en términos de desarrollo se encuentran avanzadas; mientras que las naciones en vías de desarrollo se juzgan como sociedades que aún tienen margen de desarrollo económico, social o cultural.

Desde la revolución industrial el desarrollo se comenzó a asociar con el progreso económico, propio de las naciones capitalistas; esto si bien ha favorecido al crecimiento económico de naciones, también ha originado un exagerado interés por el capital, incluso por sobre aspectos sociales, culturales o ambientales.

Como sabemos, el capitalismo se ocupa de la producción de mercancías para el mercado, no obstante sus características se ven reflejadas en la cultura de las sociedades que lo ejercen, tales como la acumulación de riqueza, competencia, clasismo, desigualdad, explotación de la mano de obra y de los recursos naturales. Son características que se viven y reproducen en las sociedades de países subdesarrollados occidentalizados.

Sobre este proceso de reproducción capitalista, Escobar (2007) menciona que los habitantes de los países en vías de desarrollo se perciben como diferentes, siendo el desarrollo el mecanismo por el cual habrán de eliminarse

dichas diferencias, además, el autor sostiene que el concepto iba dirigido a reproducir en los países subdesarrollados las condiciones que caracterizaban a las potencias mundiales como son: valores, educación, normas sociales, industrialización, urbanización y avances tecnológicos.

Por su parte, J. Ferguson (1997) describe al desarrollo “como el incorporación de culturas locales al gran contexto económico cultural” (citado en Colmegna y Matarazzo, 2001, p.5). Sobre este mismo eje podríamos pensar que, no únicamente se busca borrar las diferencias entre culturas, se busca perpetuar un régimen capitalista y reproducirlo en aspectos sociales, culturales y ambientales como hasta hoy día se ha llevado a cabo.

Por ejemplo, el hecho de que un régimen económico tenga influencia en la educación de un país le otorga poder social; con el cual tendrá la capacidad de preparar a la siguiente fuerza de trabajo que la actual sociedad de consumo demanda. En este sentido podríamos percibir al capitalismo como un sistema opresor, ya que cuenta con el poder (social y económico) para obtener beneficios (capital) para un grupo de personas, a través de la desigualdad y explotación de otro grupo.

Aunado a lo anterior tenemos otra variante dentro del contexto de los países en vías de desarrollo: la deuda externa, dicha variante repercute directamente en el desarrollo de estas naciones. Gran parte de estos países generaron su deuda a partir de la obtención de créditos con intereses insostenibles por parte de bancos norteamericanos, o por la necesidad de pagar los costos generados por desarrollarse según los estándares Occidentales, como es la situación de Madagascar (Graeber, 2014).

Es importante comprender que los efectos que una deuda externa genera en una nación no son los mismos para una potencia mundial que para un país subdesarrollado, es fundamental observar el contexto y las repercusiones sociales.

Por general los países desarrollados no solo tienen cubiertas las necesidades básicas de sus habitantes sino que tienen una alta calidad de vida, cuentan con un sector industrial desarrollado, tienen seguridad, así como un sistema de salud eficiente. Por otro lado, algunas de las características que podríamos considerar de los países subdesarrollados Clementi (2002) nos las menciona a continuación:

“Pesadas deudas externas; Desaparición del rol del Estado con altos niveles de corrupción; elevados índices de fragmentación social y descreimiento hacia las instituciones; profunda brecha tecnológica; asimetrías estructurales; bajo desempeño externo; pobreza, exclusión, y desamparo de los sectores sociales más débiles; desocupación y precarización del trabajo; deterioro de la educación y de la creación de nuevos conocimientos; aumento del analfabetismo; tasas elevadas de mortalidad infantil; carencia de techo; falta de agua potable y de transporte; desintegración geográfica y social con amenazas de desintegración política; aumento de la violencia.” (p.1)

Si bien, no es la intención de este documento generalizar un estilo de vida de las personas que viven en los países subdesarrollados, si se desea esbozar un panorama real de la calidad de vida que tienen los habitantes más desamparados de estas naciones.

El hecho de que países en vías de desarrollo le den prioridad a la generación de capital, ya sea para pagar su deuda o por desarrollo, aumenta la desigualdad social, incrementa la explotación de recursos naturales y crea un ambiente idóneo para la explotación laboral. Lo que bien describe la situación de muchos países de Latinoamérica, África y Asia.

Dentro de esta dinámica capitalista, nos encontramos que como parte de ella, países desarrollados y empresas transnacionales se apropian de recursos, tierras y alimentos de países subdesarrollados, lo cual bien puede percibirse como

la consolidación de su poder ante las demás naciones, es decir, un nuevo tipo de moderno imperialismo.

Un ejemplo de lo anterior lo encontramos en México “sitio singular donde las compañías canadienses practican la minería a cielo abierto en condiciones prohibidas en su país y los indígenas y ecologistas claman por el respeto a la naturaleza (Carabias, 2018).

Otro ejemplo relacionado al control de los alimentos, nos lo presenta Vicente (2012) en su obra Denuncias contra Monsanto y Cargil, en la que el autor concluye que: “la alimentación transformada en mercancía es un mecanismo de control de nuestras vidas por parte de las grandes corporaciones transnacionales” (p.80).

Desde la misma visión y respecto a los recursos naturales Camarena y Mancilla (2013) defienden que para un país los recursos naturales son el potencial de su desarrollo, por lo que el efecto más duradero de este sistema de explotación es la destrucción del potencial productivo de los países subdesarrollados. La autora menciona que explotando los recursos de un país se impide su crecimiento a la par de que se genera una dependencia.

Lo anterior nos hace reflexionar si el desarrollo es realmente un proceso de evolución que deben experimentar todos los países o es un sistema mediante el cual se socavan naciones y se minan sus recursos. Justo este tipo de análisis y reflexiones son las que han dado pie a buscar alternativas de desarrollo justas y viables.

A penas en 1970 es cuando se tuvo la necesidad de cuestionar los vínculos desarrollo-sociedad y desarrollo-naturaleza, lo que nos permitió demandar un nuevo sistema de progreso en el que se consideraran los efectos negativos en aspectos sociales, ambientales y culturales, no únicamente económicos.

Como respuesta a esta nueva demanda surgió el término de *Ecodesarrollo* a finales del siglo pasado, este representaba “una crítica al modelo de desarrollo basado en el crecimiento económico sin respeto del ambiente y sin un componente de justicia social e intergeneracional” (Rivera, et al., 2017).

Este nuevo sistema de desarrollo incluía un movimiento social y económico que amenazaba intereses de empresas transnacionales y de gobiernos, por lo que EU rápidamente se negó, vetando el término y argumentando que este pretendía modificar la racionalidad económica predominante. (Camarena y Mancilla, 2013)

El término de desarrollo sustentable apareció sustituyendo al de *Ecodesarrollo*, sin embargo, el argumento central continuaba girando en torno a incluir el cuidado del medio ambiente dentro de los planes de desarrollo, y velar por mejorar las condiciones de vida de los grupos sociales excluidos.

El concepto de sustentabilidad nace más tarde como una propuesta de la sociedad a la misma sociedad, en ella se demanda atender con responsabilidad las distintas crisis que hemos desencadenado los humanos, y crear soluciones en las que participe la sociedad desde la planeación hasta la ejecución de programas de desarrollo.

Como parte de las prácticas capitalistas que tenemos, el sistema es el que se encarga de planear y efectuar el programa de desarrollo de una nación, lo que quiere decir que el poder de decisión recae sobre el Estado. Para que el desarrollo sea sustentable debe provenir de la gente, debe incluirse la participación y cultura local. Justo en este punto es en donde radica la importancia de la intervención y participación de los antropólogos en planes de desarrollo (Colmegna y Matarazzo, 2001).

El concepto de sustentabilidad también hace referencia a la conservación de las prácticas indígenas, las cuales en muchos sentidos representan acciones sustentables puesto que no tienen repercusiones sociales, efectos ambientales

negativos, son eficientes y en muchas ocasiones se planean para un bien común más que para un bien individual.

Algunos antropólogos y ecologistas proponen aprender del vínculo que las comunidades indígenas tienen con el medio ambiente en el que habitan. Carabias (2018) nos comparte que “el conocimiento de estos pueblos sobre su entorno natural permitió durante siglos, una armonía entre el buen vivir de estas comunidades y la naturaleza [...] sus prácticas tradicionales han sido reconocidas como las mejores alternativas para la adaptación al cambio climático”. (p.44)

Lo anterior nos exhorta a preguntarnos ¿acaso lo que debemos de modificar es la relación que tenemos los humanos con la naturaleza?, posiblemente no hemos tomados la suficiente conciencia de que somos parte de ella y que su degradación afecta directamente a la especie humana.

La visión de los pueblos indígenas y el respeto hacia su ecosistema podrían ser las bases de un sistema sustentable en sociedades occidentales. El desarrollo sustentable puede llegar a convertirse en una cultura sustentable en la medida en que la misma sociedad lo demande y lo practique.

Cabe mencionar que el concepto de sustentabilidad tiene un vínculo con la acción, ya que propone una labor social y que “cada comunidad pueda tener un desarrollo sustentable de acuerdo a su medio ambiente y a las necesidades específicas de cada comunidad que permita el uso de sus propios recursos, manteniéndolos y aplicando tecnologías adecuadas para la generación de conocimiento” (Camarena y Mancilla, 2013, p. 12).

Por último, es importante mencionar que la sustentabilidad desde la visión aquí descrita, es en sí misma una crítica al capitalismo y al tipo de desarrollo industrial que se ha construido, así como una propuesta que sugiere alternativas para cesar la actual devastación ambiental, el caos social y la pérdida de conocimientos locales que hemos desencadenado.

La sustentabilidad aspira a convertirse en un desarrollo más limpio y humano, donde participe la sociedad y se consideren saberes locales en la adaptación al medio ambiente que habitamos. La máxima representación de esta cultura podría reflejarse en la evolución misma de su cultura y por tanto de su sociedad.

Cultura sustentable

Antes de indagar en el posible concepto de cultura sustentable, es importante mencionar que sustentabilidad y sostenibilidad son términos que han cobrado importancia dentro del contexto actual mundial, sin embargo, siguen siendo empleados indiscriminadamente como sinónimos. Si bien es verdad que ambos términos aluden a un tipo de desarrollo en donde se toma en consideración las consecuencias ambientales, es fundamental mostrar las diferencias entre ambos conceptos.

Como primera opción podemos consultar los significados básicos establecidos por la Real Academia Española (2021), la cual nos dice que el verbo “sostener” hace referencia “Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente”, mientras que “sustentar” aparece como: “Conservar algo en su ser o estado”.

En la definición de sostenibilidad “mantener largo tiempo sin agotar”, queda implícito que no estamos tratando con algo infinito o perdurable como es el caso de los recursos naturales y que si bien, se genera un daño ambiental, se hace un esfuerzo por evitar que este sea grave. Por otro lado, la palabra “sustentar” es definida como un modo de conservación en su estado natural.

Aunque es interesante tomar como primera referencia las definiciones que nos brinda la RAE, también es importante considerar los valores que tienen implícitos ambos conceptos, así como de reconocer que ambos parten de

ideologías y objetivos muy distintos uno del otro, pese a que los dos términos son utilizados para referirse al progreso.

El desarrollo sostenible considera al “desarrollo” como su principal objetivo por lo que busca la manera en que el crecimiento sea sostenido por medio del cuidado del ambiente; mientras que el desarrollo sustentable enfatiza en el cuidado de los recursos naturales y su uso en un modelo de desarrollo que tenga como prioridad al ambiente y la sociedad.

Ambos términos actúan según sus prioridades ante las mismas necesidades de progreso. En palabras de Rivera et al., (2017):

“La ética del desarrollo sustentable difiere del planteamiento de desarrollo sostenible, el cual trata de armonizar las peculiaridades del mercado con los intereses del Estado y del ciudadano común; por el contrario, la ética de lo sustentable implica la necesidad de conjugar una serie de principios básicos dentro de una ética del bien común” (p. 62).

Para efectos del presente texto, nos guiaremos desde la visión de la sustentabilidad, la cual da prioridad a la desigualdad social y a la injusticia ambiental que viven actualmente los países subdesarrollados. Si bien, resulta obvio que cualquier especie que habite este planeta necesita de sus recursos naturales para subsistir, la especie humana cruzó la línea al sobreexplotar la tierra desenfrenadamente más que para subsistir, para solventar un régimen económico insostenible ambiental y socialmente.

Para varios autores, el concepto de sostenibilidad continúa siendo una reproducción del sistema capitalista disfrazada de valores pro ecológicos, como Barrios et al. (2017) nos comparte:

“El discurso del “desarrollo sostenible” parte de una idea de que sus políticas buscan armonizar el proceso económico con la

conservación de la naturaleza; favorece un balance entre la satisfacción de necesidades actuales y las de las generaciones futuras; sin embargo, se pretenden cumplir los objetivos revitalizando el viejo mito desarrollista¹, promoviendo un crecimiento económico sostenible sobre la naturaleza limitada del planeta” (Barrios et al., 2007, como se citó en Rivera et al, 2017, p. 63).

Por su parte, la sustentabilidad es un término que va más allá de asegurar el desarrollo de las generaciones venideras, se convierte en un conjunto de acciones sociales que antepone el cuidado del medio ambiente y de la sociedad, por sobre las necesidades económicas que los mismos humanos nos hemos fijado.

No obstante, autores como Corral (2010) hacen énfasis en el hecho de que las acciones proecológicas van encaminadas a la protección del ambiente mientras que una conducta sustentable debe incluir el cuidado de los semejantes, prestando principal atención a los grupos más vulnerables. El mismo autor señala que:

“En esas acciones de cuidado el comportamiento se dirige a generar condiciones que permitan un acceso equitativo de todos al disfrute de recursos naturales; el consumo de esos recursos debe ser medido, de manera que posibilite que todos puedan acceder a su parte” (p.34).

Podemos pensar que las acciones proecológicas forman parte de un estilo de vida sustentable ya que van encaminadas al cuidado y preservación de los recursos naturales, sin embargo, es importante recalcar que el concepto incluye también aspectos socioculturales que podrán en su momento dar forma a una cultura sustentable.

¹ “El desarrollismo considera un Estado en el cual una coalición de la clase política se enfrenta al desarrollo económico y tiene en su núcleo a la burguesía industrial; donde se supone que los trabajadores urbanos industriales son relativamente “nacionalista” y forman parte de la burocracia pública” (Bresser, 2017, p.49).

Corral y Pinheiro (2004) fueron un paso más allá, integrando una perspectiva psicológica, mediante la cual identificaron una conducta sustentable a través de los siguientes parámetros:

- 1) Efectividad: al responder diestramente los requerimientos en cuanto al cuidado del medio físico y social se refiere.
- 2) Deliberación: actuar conforme al propósito de cuidar al ambiente y mantener el bienestar humano y de todo tipo de seres.
- 3) Anticipación: Proyectar las acciones y consecuencias a futuro, tomando en cuenta las generaciones venideras.
- 4) Solidaridad: Llevar a cabo las acciones como respuesta a la preocupación por los demás.
- 5) Austeridad: Limitar el consumo a lo necesario, evitando el consumismo de bienes y de recursos naturales, así como el derroche de los mismos (p.10-11).

En ese mismo sentido, Toledo (2015) enriquece el discurso sugiriendo que, el desarrollo sustentable puede ser una de las acciones que conforman y son parte del proceso para alcanzar un nuevo modelo civilizatorio. En el cual el “poder social” actuará como una fuerza de transformación de la sociedad (p.145).

No obstante, para que esto ocurra, la sustentabilidad debería tener como uno de sus principales objetivos, sensibilizar al ser humano sobre cómo sus actos afectan al medio ambiente que habita y a los seres vivos que son parte de este. El crear conciencia permitirá despertar valores que simpaticen con el resguardo, conservación, interculturalidad, igualdad, cooperación y que sean afines al nuevo tipo de desarrollo que se busca.

Toledo (2015) también nos indica los tres pilares que él considera necesarios de reparar para desarrollar una sociedad moderna alterna:

“La regeneración del entramado social, la restauración del entorno natural y planetario seriamente dañados, y la recomposición y rescate de las culturas dominadas, excluidas, explotadas de los mundos periféricos. Las acciones para crear un mundo alternativo, una sociedad sustentable se encuentra en la construcción y ensanchamiento del poder social o ciudadano” (p.145).

Otro de los objetivos de la sustentabilidad es rescatar las prácticas urbanas, es decir, integrar el conocimiento local a un contexto de desarrollo. Al recuperar los saberes de las comunidades indígenas no solo se amplía el repertorio de opciones sustentables, sino que se les hace partícipe del plan y del proceso de desarrollo; el cual evidentemente es intercultural.

Toledo (2015) y Corral (2010) nos sugieren un discurso holístico de la sustentabilidad, un concepto más amplio y nutrido que forma parte de un plan de acción social. La construcción de una cultura sustentable surge como una alternativa precisa para dar solución a nuestra actual crisis ecológica y social, no obstante, es necesaria la participación de los tres cimientos más importantes de cada nación: la sociedad, el Estado y el sector empresarial.

Por su parte, la sociedad occidental ha comenzado a darle importancia a la sustentabilidad integrando acciones pro ecológica en su rutina diaria: Reutilización de plásticos de un solo uso, segundo uso al agua desechada por la lavadora, estigma hacia lavar la banqueta o el carro a *manguerasos*, dar dinero a personas en pobreza, ofrecer comida o asilo a personas necesitadas, alzar la voz por los derechos de personas vulnerables, el consumo local y artesanal o reparar en lugar de tirar, son algunos de los saberes urbanos que hemos retomado y que para la actual crisis mundial se consideran acciones sustentables.

Aunado a lo anterior, sociedades de todo el mundo comienzan a demandar procesos más limpios y justos por parte de la industria, como bien se vislumbra en el nuevo movimiento “verde” por parte del marketing. En este punto es importante el papel que ejerce el Estado sobre las empresas, ya que este necesita impulsar y

fomentar en la industria acciones encaminadas al cuidado y mejora del medio ambiente, así como de su mano de obra.

Cabe mencionar que si bien, la sustentabilidad habla de un proceso en que el desarrollo no vaya enfocado hacia el capital, en nuestro contexto actual la participación del sector empresarial en este proceso es indispensable. Resulta imperante innovar y poner en marcha estrategias productivas sustentables como parte de los procesos de las empresas.

Como primer paso, en México a partir del 2001 se creó la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE), la cual es integrada por distintas organizaciones mexicanas como es el caso del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Como parte de este último, el investigador Juan Felipe Cajiga escribió el artículo: “El concepto de Responsabilidad Social Empresarial” (RSE), el cual simpatiza en principios con el plan de desarrollo sustentable.

En dicho artículo, Cajiga (2010) nos comparte la definición de RSE refiriéndose a este como:

“El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común” (p.10).

En este documento, el autor nos describe a detalle las obligaciones y responsabilidades que las empresas, sobre todo las transnacionales, han pasado por alto. En este se integra la dimensión social, política, económica, ecológica y ética, como parte de los principios de un plan de negocios exitoso. Aun cuando el documento se enfoca en las empresas, lo hace exhortándolas a incluir estrategias sustentables.

Pese a que muchas compañías pueden considerar que integrar estrategias sustentables en sus procesos supone un costo extra, la RSE también es considerada como una ventaja competitiva para la empresa que lo desarrolle. Cajiga (2010: 11) nos comparte algunos de los beneficios que trae consigo el incluir a la RSE en los procesos de un negocio:

- *Lealtad y menos rotación de los grupos de relación.*
- *Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.*
- *Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.*
- *Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial*
- *Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.*
- *Decisiones de negocio mejor informadas*
- *Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.*
- *Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.*
- *Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.*
- *Incremento de las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor.*
- *Incremento en la productividad y en la calidad.*

Si bien pudiera parecer utópica esta realidad, es importante recordar que existen empresas que como parte de sus procesos ya utilizan estrategias productivas sustentables, no obstante, incluirlas requiere de una inversión de recursos y sobre todo de un cambio dentro de la cultura organizacional.

Posiblemente en este último punto radica la lentitud o rechazo de su implementación, ya que se percibe como un cambio íntegro de actos y principios, sin embargo y a la par, es aquí donde también mora su importancia, ya que recordemos que las empresas viven de intentar cubrir nuestras necesidades adaptándose a la cultura de cada sociedad.

Para finalizar, podemos comprender que una cultura sustentable es un plan de desarrollo holístico, que pretende restaurar las obligaciones que tenemos para con el ambiente, la sociedad y la cultura. El término resulta ser una antítesis del sistema capitalista, puesto que se considera a la economía como un pilar más, no como el centro de nuestro desarrollo.

La sustentabilidad es un término que aporta ética y responsabilidad a cada una de las acciones que tenemos, ya sea de forma personal, social o empresarial. Más que un concepto, se convierte en una forma de vida la cual no perdona las consecuencias de nuestro actuar, por el contrario, nos exige pensar en las obligaciones que habremos de cumplir antes, durante y después de nuestras decisiones.

Estrategias productivas

El concepto de estrategia tiene origen en el contexto militar. En el campo de batalla, un estratega era quien tenía la responsabilidad de dirigir al ejército a su cargo a imponer su hegemonía o dominar el territorio (Contreras, 2013).

Situándonos en el ámbito empresarial podríamos considerar que, una estrategia es un plan de acción implementado en un proceso (comercial o productivo) encaminado a lograr un objetivo, en la mayoría de veces económico.

Para Chandler (2003) “la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas” (como se citó en Contreras, 2013, p. 161).

Así pues, al abordar el concepto de estrategias productivas nos ubicamos en un marco empresarial, concretamente en el segmento de microempresas familiares para efectos de la presente investigación, las cuales para subsistir en el mercado tienen que tomar decisiones enfocadas al crecimiento de capital pero, sin perder de vista su entorno social.

Al implementar una estrategia de producción lo que se busca es crear ventajas y puesto que las empresas familiares enfrentan constantes competencias, es indispensable desarrollar ventajas sustentables a largo plazo, de esta manera desarrollan la oportunidad de competir en mercados externos pero, sobre todo de enfrentar una competencia de origen global en su mercado local. (Chauca y Quintana, 2009).

Con todo, para que una estrategia se considere efectiva se debe tomar en cuenta la naturaleza y los objetivos de la empresa, factores como el modelo de trabajo, el tamaño del establecimiento, las redes de apoyo, la región en que se sitúen, entre otros aspectos son las piezas que definirán que rumbo tomar, como expresa Contreras (2013):

“Definir el alcance, lo que se quiere ser y establecer, y cuál es la razón de ser de la empresa son algunos de esos aspectos importantes que van a permitir plantear las estrategias necesarias para cumplir con lo que se espera” (p.154).

Hoy día el abanico de opciones se amplía dando oportunidad a nuevas alternativas para el desarrollo de las microempresas, éstas ahora pueden ingeniar sus estrategias de producción apoyándose de recursos con mayor valor simbólico y menor costo de inversión, como lo son las iniciativas sustentables. Estas últimas, aportan a las microempresas beneficios económicos a la par de que responden una demanda social.

Las iniciativas pro ecológicas se hacen cada vez más presentes en empresas y proyectos que si bien, continúan dentro de una doctrina economicista también buscan incluir estrategias sustentables como parte de sus procesos.

Algunos de los términos más mencionados (ecofriendly, ecodiseño, ecoefectividad, ecología industrial, eco-concepción, reciclaje y upcycling,) son parte de lo que hoy se denomina, economía circular o verde, y comprenden el modelo económico que tendría lugar dentro de un plan de desarrollo sustentable.

Cerda y Khalilova (2016) mencionan que “La economía circular constituye una alternativa al modelo lineal de «extraer, producir, consumir, tirar». Una economía circular convierte bienes que están al final de su vida útil en recursos para otros bienes, cerrando bucles en ecosistemas industriales y minimizando residuos” (p. 19).

Aun cuando la sustentabilidad pretende priorizar aspectos que considera de mayor relevancia como el desarrollo social o el medio ambiente, esto no quiere decir que se encuentre peleado con el factor económico, por el contrario, busca conciliar este pilar con los antes mencionados, con la finalidad de generar un equilibrio y tener un desarrollo holístico en cada sociedad.

El principio fundamental de este modelo económico lo podemos encontrar en la obra: *De la Cuna a la Cuna*, texto en el que McDonough y Braungart (2005) plantean que la sustentabilidad es local. Los recursos, los saberes y las personas que los trabajan deben ser locales para comprender qué es lo más correcto para el lugar en donde se está desarrollando el plan de acción. Asimismo, los autores mencionan que de esta manera se activa la economía local, se satisfacen las necesidades de la misma sociedad, se generan empleos, se conservan las técnicas artesanales y se perpetúa la cultura del lugar (p. 113-150).

Por tanto, la sustentabilidad propone a la economía circular como un sistema económico que puede ser de gran beneficio para cada individuo, así como

para su nación sin sobreexplotar a sus ecosistemas ni pasar por alto el bienestar de su población.

Reciclaje como estrategia productiva sustentable

Dentro de las estrategias sustentables, podemos observar una propuesta social denominada reciclaje creativo o “upcycling”. La cual ha tenido un impacto social desde los años 80’s y ha logrado mantenerse hasta el día de hoy. La iniciativa propone observar a los desechos no como basura, sino como materiales con el potencial de crear nuevos objetos.

Ynzunza e Izar, (2016) nos mencionan la importancia que se le comienza a dar al tema: “Se está reconociendo la necesidad de incorporar la sustentabilidad en la cultura organizacional, debido al incremento de la conciencia e importancia que otorgan los consumidores a conceptos, valores y prácticas sustentables ambientales y sociales” (p. 26).

La sustentabilidad propone en primera instancia el Eco-Diseño el cual propone plantear el ciclo de vida de un producto desde su creación hasta su tratamiento como residuo. Dentro de este proceso se busca minimizar el uso de energía y de recursos, promover sistemas de reparación, actualización y larga duración, invertir en materiales de calidad y facilitar la reparación y reciclaje (Cerde y Khalilova, 2016).

No obstante, ante los patrones vigentes de consumo desmesurado, existen empresas que han optado por utilizar y transformar los desechos en objetos de igual o mayor utilidad y valor (McDonough y Braungart, 2005). Esto se ha convertido en una excelente estrategia sustentable para la creación de nuevos productos alargando el ciclo de vida los recursos ya explotados.

En la actualidad, esta propuesta es mejor aceptada entre microempresas y proyectos de emprendimiento puesto que representa un menor capital de inversión, es un nuevo mercado, es un diferenciador comercial, se atiende a la responsabilidad social empresarial, utiliza menor energía y tiene un impacto

ambiental positivo. Dichas características hacen del upcycling una excelente opción para implementarla como estrategia productiva dentro de una microempresa.

¿Por qué el reciclaje como estrategia productiva?

La recuperación y transformación de recursos considerados desechos es una tarea característica de la naturaleza. Esta última siempre ha transformado elementos residuales o dañinos en sustancias favorables para el desarrollo de organismos y entornos.

Un ejemplo de lo anterior lo encontramos en diversos y complejos procesos químicos que se llevan a cabo en todos los ecosistemas. Concretamente la fotosíntesis: proceso que llevan a cabo las plantas y consiste en producir oxígeno libre a partir del CO₂ o dióxido de carbono, un gas que en exceso es considerado perjudicial para el medio ambiente y los organismos que habitan en este.

Aunque nuestra especie ha estudiado los patrones de la naturaleza con la finalidad de aprender de ellos y perfeccionar mecanismos, hemos olvidado el principio fundamental presente en todo proceso natural: La recuperación y uso de recursos mermados a raíz de alguna práctica. “Los humanos somos la única especie que toma de la tierra amplias cantidades de nutrientes necesarios para procesos biológicos pero que rara vez los devuelve en forma reutilizable” (McDonough y Braungart, 2003).

Sin embargo, esto no siempre fue así, aún en nuestra demandante cultura consumista, los orígenes antropológicos del reciclaje como una actividad humana premeditada la podemos hallar en el México prehispánico.

Los aztecas recogían las heces humanas -las cuales tenían una demanda notable considerando que se comercializaban en el Mercado de Tlatelolco- y las usaban como fertilizante natural en las chinampas o para curtir pieles, mientras que la orina era recolectada desde los hogares y utilizada como mordente en el teñido de telas (Medina, 1999).

En este sentido, y en nuestro actual contexto consumista podemos apreciar al reciclaje como la búsqueda de acciones orientadas a ampliar la vida de los recursos que hemos explotado, evitando así la sobreexplotación de estos y el deterioro de los ecosistemas. “El reciclaje consiste en dar un aprovechamiento a los residuos sólidos que se generan y obtener de estos una materia prima que pueda ser incorporada de manera directa a un ciclo de producción o de consumo”. (Coreaga, 1993, como se citó en Sanmartín, 2017, p.38).

La palabra reciclaje es asociada al acto de transformar basura, proceso que genera un impacto social benéfico para el medio ambiente, ya que de ser generado a gran escala evitaría la acumulación de residuos en rellenos sanitarios, la contaminación de aguas, la incineración de desechos y se disminuiría considerablemente la emisión de gases de efecto invernadero.

No obstante, cabe mencionar que algunos recursos tienen un número limitado de veces que pueden ser sometidos a este proceso y, no todos los materiales pueden ser reciclados, problema que puede ser guiado mediante la estrategia de Eco-desarrollo. Ahora bien, los materiales considerados reciclables pueden utilizarse nuevamente, es decir son recursos “que después de servir a su propósito original, tienen propiedades físicas por las cuales pueden ser reutilizados o transformados en nuevos productos” (Tello et al., 2010, p.21).

Sin embargo, autores como Pascual (2019) proponen el concepto de reciclaje desde un sentido más amplio, en donde no solamente se incluya una actividad de corrección sino también de prevención, por ejemplo, que se tomen en cuenta medidas como reducir, reutilizar, compostar y reciclar; el autor sugiere este proceso como una cadena jerárquica de residuos. Lo que busca este modelo además de reutilizar la basura es reducirla lo más posible.

Tomando como base el modelo de Pascual y para efectos de esta investigación, profundizaremos en el término de reducir como primer eslabón de la cadena jerárquica de residuos. Esta fase de la cadena se sitúa en la etapa previa

a la adquisición de cualquier bien, es decir, en la urgencia de modificar los hábitos de consumo que nuestra sociedad insiste en perpetuar.

El reducir requiere de una concientización individual acerca de las consecuencias y daños que estamos ocasionando, al medio ambiente y a los grupos sociales más vulnerables con el grado de consumismo que hemos desarrollado.

El siguiente eslabón con el que nos encontramos se ubica justo después la adquisición de un bien o servicio: la reutilización. Esta etapa con frecuencia es utilizada erróneamente como sinónimo de reciclaje. Como se ha mencionado en los párrafos anteriores, los beneficios de ambas actividades derivan en la disminución de basura y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, no obstante, es indispensable sentar las diferencias de cada término.

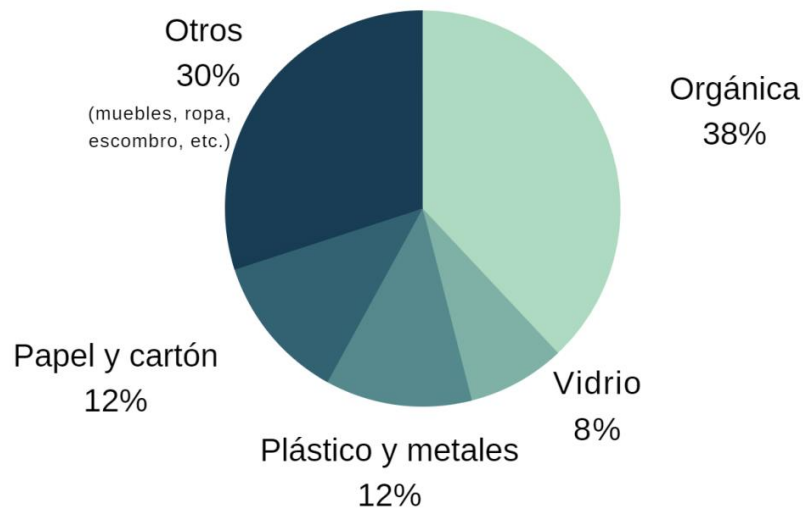
Para Medina (1999) el concepto de reutilizar implica “la recuperación de materiales de desecho que mediante una ligera modificación se utilizan nuevamente para el propósito original para el que fueron fabricados.” (p. 10), es decir, el objeto no necesita ser convertido en materia prima por lo que sus componentes no pasan por un proceso de transformación física o química, por lo cual se considera como la siguiente opción después de la reducción de desechos.

A este respecto, Lara (2008) agrega que “la asociación entre reducción y reutilización forzaría simultáneamente a consolidar la primera erre puesto que no resulta tan fácil reemplazar los objetos y sus empaques, entonces estamos más facultados para reducir el consumo (p. 47), en consecuencia, el hacernos conscientes de nuestros hábitos de compra continua siendo la primera alternativa sustentable.

Continuando con la cadena jerárquica, la siguiente fase comprende la técnica de compostar, la cual es considerada parte del proceso de reciclaje, en este caso de residuos orgánicos. Este punto es de gran relevancia cuando

tenemos pleno conocimiento de que gran parte de los residuos sólidos urbanos (RSU) son desechos orgánicos provenientes de la comida (tal como se muestra en la *gráfica 1*).

Gráfica 1: Tipos y porcentajes de basura que componen los RSU



Gráfica 1: Elaboración propia

Los residuos orgánicos también pueden ser transformados en materia prima por medio de una composta, de esta manera recuperamos los nutrientes que están destinados a descomponerse y extendemos su ciclo de vida, evitando así la saturación de rellenos sanitarios y la proliferación de biogás causante del efecto invernadero.

El último peldaño de la cadena jerárquica de residuos es el reciclaje, Pascual deja este procedimiento como última opción puesto que si bien ayuda a disminuir los desechos, lo mejor continúa siendo ser selectivos con los artículos que son indispensables de consumir y, reflexionar la forma en que podemos alargar la su tiempo de vida reutilizándolos.

Anteriormente se hizo mención de como el concepto de sustentabilidad está ligado a la acción, el reciclaje y en general la cadena de residuos son un claro ejemplo de esto. Continuando con la fase de reciclaje, una vez agotadas las opciones hay que tener en consideración, que no todos los materiales se pueden someter a este proceso y algunos recursos tienen un límite de veces en las que pueden ser transformados. Aunado a esto, la transformación de la materia es un proceso que requiere de planeación, por lo que también ocupa inversión de tiempo, energía, y dinero.

El reciclaje requiere algún tipo de procesamiento físico, biológico o químico, de modo que se pueda utilizar como materia prima para nuevos productos. Al tratarse de procedimientos más específicos se requiere contar con conocimientos, herramientas y espacios adecuados lo que hace más compleja la operación.

Por su parte Lara (2008) nos comparte que en efecto, llegar hasta este punto de la cadena resulta complicado puesto que “reciclar cuesta y debe contarse con determinados medios y nociones para hacerlo. Además, los objetos o materiales reciclables [...] presentan una calidad menor a la de los originales” (p.47-48). Característica posiblemente está ligada con el estigma que se le tiene a reutilizar o comprar artículos usados o que no son considerados nuevos.

Hoy día, la sobrevaloración a la adquisición y posesión de objetos es el reflejo de la sociedad consumista que somos, sin embargo, se puede comenzar a observar un cambio en los patrones de consumo y en el uso de recursos, dando cada vez más importancia a los problemas medioambientales y sociales generados a partir de nuestro modelo capitalista.

Con el paso de los años, esta nueva forma de pensamiento ha ido ejerciendo presión sobre la industria, exhortándola a integrar una cultura sustentable y con ello innovando en la aplicación de estrategias productivas sustentables.

Según datos proporcionados por Miranda (2019) México recicla únicamente el 6.7% del total de desechos, es decir, únicamente 39 de las 42.1 millones de toneladas de residuos que son generadas al año son recicladas, lo cual contribuye a la contaminación de aguas, suelo y aire. Por tanto, el reciclaje representa otra alternativa para evitar la sobreexplotación de recursos y evitar la proliferación de los gases de efecto invernadero en los vertederos de basura.

Aunado a la gravedad de los RSU, tenemos la problemática que refiere a la sobreexplotación de los recursos naturales, es decir, la sustentabilidad en cuanto al ambiente se refiere, no se enfrenta únicamente a la excesiva generación de desechos, sino que advierte un problema de todavía mayor trascendencia: la sobreexplotación de los recursos naturales por parte de empresas transnacionales, en su mayoría estadounidenses y europeas.

Ornelas (2008) nos explica cómo la búsqueda de abastecimiento por parte de países como EE.UU. se ha convertido en una prioridad de seguridad nacional, lo cual explica la importancia de controlar los recursos naturales de América Latina. Es decir, las riquezas naturales son un componente fundamental de disputa mundial por la hegemonía.

Esto último nos brinda pistas de porqué diversos autores como McDonough y Braungart (2008) o Colmegna y Matarazzo (2001) argumentan que el desarrollo sustentable debe de ser local, puesto que la relación que se tiene con la naturaleza depende mucho de la cultura de una sociedad, por ejemplo, para algunos cristianos sobre todo para los puritanos el acto de explotar la tierra se interpreta como rendirle homenaje a su Dios, mientras que para los Indios de América del Norte la naturaleza es nuestra madre, ya que es quien nos alimenta, por lo que debe explotarse para cubrir únicamente nuestras necesidades (Jacob, 1995).

El hecho de que cada cultura tenga un vínculo diferente con la naturaleza puede tornar a ciertos grupos más vulnerables, claro ejemplo de lo anterior lo

podemos observar con los grupos nativos de ciertas zonas como los indígenas o los indios americanos, quienes en diferentes momentos de su historia han sido despojados de sus tierras para que estas puedan ser explotadas.

Es por lo anterior que el desarrollo sustentable al ser consiente de estas problemáticas, propone que la solución se encuentra en el entorno local, ya que las personas de la región son las únicas que pueden tener pleno conocimiento de las necesidades de su cultura, economía y ecología. En el caso de México, existen dos nuevos movimientos sociales que al combinarse atienden y coinciden con los mismo objetivos y principios de la sustentabilidad.

El primer movimiento se refiere a la demanda de parte de los ciudadanos, hacia el cuidado del medio ambiente y la implementación de acciones pro ecológica dentro de las empresas. Mientras que la segunda tendencia se trata del interés cada vez mayor de los pobladores por emprender una microempresas local, en lugar de optar por ser mano de obra de una fábrica. Ambos movimientos yuxtapuestos serían parte de lo que hoy se denomina economía circular.

Recordemos que las pequeñas empresas tienen la posibilidad de utilizar recursos de su zona sin sobreexplotarlos, como lo hace una transnacional; pueden hacer circular la economía local con negocios rentables, evitar que exista un problema de bioinvasión con la transferencia de materiales que se introducen de una región a otra, pueden continuar con la herencia cultural de su región, y continuar haciendo uso de sus conocimientos artesanales (McDonough y Braungart, 2005).

Por último, cabe mencionar que la mayor ventaja de las microempresas a diferencia de las grandes corporaciones, es su capacidad de adaptación, pudiendo así implementar con menos dificultad estrategias sustentables en su modelo de trabajo, tema que abordaremos a profundidad en el siguiente apartado.

Microempresa familiar

Las empresas son unidades productivas con fines lucrativos las cuales se dedican a satisfacer las necesidades de un segmento específico de consumidores con los productos o servicios que les pueden ofrecer. Estas empresas subsisten de la mano de obra que tienen contratada y de su capacidad de producción y comercialización.

Dependiendo del país y la fuente son catalogadas como micro, pequeñas, medianas o grandes empresas. En México se utiliza el término MIPyMES para referirse a las “micro, pequeñas y medianas empresas”, la clasificación de estas unidades productivas depende de diferentes características, según Tunal (2003):

“Generalmente dichos criterios se han relacionado al número de trabajadores, tamaño de la producción, volumen de las ventas, origen de capital, organización del trabajo, destino de los productos, redes de producción, uso de tecnología, tipo de gestión, giro de actividad, impacto en la economía, régimen jurídico, etc.” (p.80)

Para efectos de la presente investigación, nos enfocaremos únicamente en el análisis de las microempresas ya que son uno de los ejes indispensables de la investigación. Actualmente este sector comercial representa una parte importante de la economía de México y como revisaremos más adelante, la apertura de estos negocios continua en ascenso lo que también representa un potencial de cambio en el desarrollo.

Hablando de México y específicamente de las microempresas, los criterios gubernamentales que se usan para definir a este segmento no brindan gran la suficientemente, como para conocer al segmento. Los dos criterios generales que son utilizados por la Secretaría de Economía (SE) para clasificar a un establecimiento como microempresa son:

- a) Negocios con menos de 10 trabajadores
- b) Ventas anuales de hasta 4 millones de pesos

(Secretaría de Economía [SE], s.f.)

Esta clasificación carece de aspectos cualitativos que pueden enriquecer por mucho el perfil de este segmento, conocer los sectores comerciales de una nación es indispensable para su planificación. Sobre todo hablando de un sector que se ha convertido tan importante para el desarrollo económico del país.

La calidad en la información que se tiene acerca de las empresas más pequeñas de México, no permite conocer sus motivos, necesidades ni visualizar un panorama real de estas empresas. “El agrupamiento de las empresas a través de lo cualitativo implica el desarrollo de conceptos, intelecciones y comprensiones que parten de las pautas de los datos, generando así una clasificación holística” (Tunal, 2003, p.81).

La importancia de profundizar en el análisis de las microempresas radica en la cantidad de negocios de este tipo que existen en el territorio mexicano, en el número de empleos que generan y sobre todo en la aportación que representa para el Producto Interno Bruto (PIB). Para dimensionar el tamaño de este sector comercial consideremos que incluye a los negocios con las características marcadas por la SE que sean urbanos o agrarios, formales o informales, familiares o individuales, compuestos por accionistas o sociedades, locales o regionales, e incluso a establecimiento que exporten.

Para considerar los efectos que tienen no solo las micro sino también las pequeñas y medianas empresas en el país, es necesario observar el Estudio sobre Demografía de los Negocios del año 2020 que se llevó a cabo el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el cual indica que en el año 2019 el territorio Mexicano contaba con 4.9 millones de MIPyMES, lo cual representa el 99.8% de las empresas del país (INEGI, 2020, p.2), mientras que el Senado de la República (2020) afirma que la contribución de este sector al PIB de México es del 52%.

Aunque bien la información que nos arroja IMEGI abarca a pequeñas y medianas empresas, por lo menos en el estado de Querétaro en el último censo económico realizado en el 2019 se contabilizó a un total de 115 mil 532 unidades económicas, formales e informales; de este total, aproximadamente el 92% son microempresas y emplean al 26.5 % del personal ocupado (Banda, 2020)

Al comprender el rol que desempeñan las microempresas en la economía de México y más específicamente del Estado de Querétaro, entendemos que representan un fuerte potencial de cambio social y cultural. No obstante, este nicho tiene desventajas importantes que es necesarias considerar; la falta de financiamientos, de capacitación y la alta rotación de personal son factores que, de resolverse podrían alargar su tiempo de vida en el mercado.

Por otro lado al tratarse de empresas pequeñas, estas cuentan con una mejor capacidad de adaptación al mercado y a sus necesidades, puesto que generan lazos directos y de mayor valor con sus consumidores. “Estas unidades productivas son también flexibles, lo que hace que se adapten con mayor facilidad a distintos cambios y que puedan orientarse hacia el mercado con mayor rapidez y efectividad” (Rivera et al., 2000, en Santos y De Gortari, 2010, p.23).

Dentro de este segmento se incluyen a las empresas familiares; negocios que son creados y desarrollados por un conjunto de individuos con una relación de parentesco, quienes normalmente son los que proporcionan el capital para la inversión inicial, sin embargo, también hay casos donde solicitan financiamientos externos o son parte de sociedades. La principal característica en esta categoría es que la unidad familiar es la que se encarga de la gestión y control de la empresa, con frecuencia participa más de una generación.

Belausteguigoitia (2003) define como empresa familiar a “una organización controlada y operada por los miembros de una familia. Desde una perspectiva diferente, digamos espiritual, suelo referirme a empresas con alma, dado que el corazón de las familias está en ellas” (p. 41).

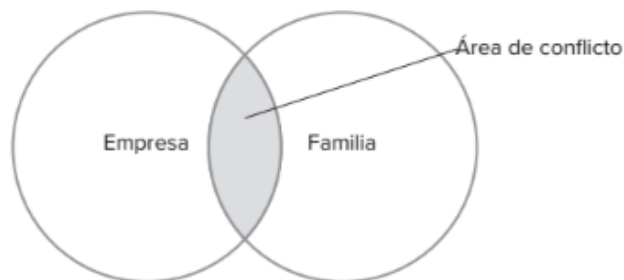
Resulta muy interesante esta última reflexión ya que la participación de una familia dentro de un entorno comercial, si bien podría generar un ambiente de confianza y lealtad, también es necesario marcar límites y pautas en sus integrantes para suscitar dicho ambiente. Este modelo de negocio es parte de un sistema complejo familia-empresa, el cual, al tratarse de la unión de dos estructuras sociales, sus integrantes tienen que esforzarse por crear un equilibrio en la interacción de ambas lógicas.

El sistema familia-empresa lo podemos analizar desde el modelo de los dos círculos (ver figura 1), cada estructura –familia y empresa- tiene su propia organización y orden jerárquico, los cuales no siempre coinciden entre sí; cada una de estas lógicas al ser parte de otro sistema más complejo tienen que mantener un balance constante, puesto que una disrupción en cualquiera de las dos lógicas podría afectar a todo el sistema.

En el diagrama de la figura 1, los dos círculos muestran la independencia de cada estructura, no obstante, existe a la vez una interdependencia que se visualiza en el área de intersección, en este caso el autor hace referencia a esta espacio como el área de conflicto. El modelo advierte que no es posible separar los círculos del todo, pero, separarlos lo más posible logra que el conflicto se reduzca y ambos sistemas puedan coexistir.

Figura 1

Modelo de los dos círculos en empresas familiares



Fuente: Belausteguigoitia (2003) p. 10

Algunos de los conflictos que suelen presentarse en este tipo de negocios surgen de la falta de comunicación, de preparación y ausencia de la división de actividades; puesto los miembros de la familia son al mismo tiempo los que trabajan y organizan la empresa, en la mayoría de los casos desempeñan uno o varios roles dentro de esta, respecto a esto Santos y De Gortari (2010) mencionan que “en la microempresa no hay separación de trabajo y capital, sino que el empresario dueño de la empresa es a la vez trabajador directo en al menos algunas de las etapas de la cadena productiva” (p. 25).

El incluir al núcleo familiar en un proceso productivo y comercial atiende a un sentido de subsistencia para la familia, sin embargo, prácticas que se llevan a cabo dentro de la estructura familiar pueden ser trasladadas al negocio. Pongamos el caso de México, en donde los valores familiares se ven sustentados por fuertes lazos de amor, protección y apego a la familia (Belausteguigoitia, 2003), lazos que pueden ser transmitidos a la empresa enriqueciendo constantemente ambas lógicas.

En relación a lo anterior, Kras (1991) considera que la forma en que los mexicanos hacen las cosas, respecto al trabajo, difiere mucho por ejemplo de los anglosajones, ya que estos últimos le brindan más importancia a la tarea que al individuo. Mientras que el mexicano se siente motivado principalmente por el reconocimiento y el respeto personal. En consecuencia y refiriéndonos específicamente al caso de México, para lograr el compromiso por parte de la fuerza laboral, deberán cultivarse cuidadosamente las relaciones personales para obtener el compromiso que logrará la máxima eficiencia y productividad.

Con lo anterior, podríamos decir que la familia en una empresa puede transmitir sus valores y principios para el desarrollo de la misma. Por lo que al contexto mexicano se refiere, las redes de confianza son un pilar fundamental en el crecimiento del negocio, y “por red entendemos las relaciones sostenidas entre grupos, instituciones y/o personas con el propósito de ayudarse, realizar negocios o llevar a cabo cualquier actividad relacionada con sus intereses” (Basaldúa, 2005, como se citó en Santos y De Gortari, 2010, p.28).

Por otro lado, las redes externa a la familia establecidas por la o el dueño de la microempresa, también son un factor importante que intervienen en el crecimiento de esta; desde la adquisición de conocimiento, la inserción a nuevos mercados, la compra de maquinaria y la mejora en las estrategias de producción, son bienes que en muchas ocasiones dependen de los contactos con los que cuente la empresa y la familia que la integra.

Otras características que son importantes de señalar acerca de este segmento empresarial, las podemos destacar teniendo en cuenta a autores como De Gortari y Santos (2010) y Belausteguigoitia (2003) y Mendoza, Aubert y Salazar (2010), de donde podemos extraer las siguientes ventajas:

- a) Relaciones de afecto, por ende, mayor involucramiento y compromiso con el negocio
- b) Asequible capital para dar inicio al negocio
- c) Elaboración y producción en pequeña escala
- d) Contacto directo con sus clientes y por lo tanto mayor conocimiento de su mercado
- e) Diferencias significativas a favor del servicio que brindan las empresas familiares a sus clientes
- f) En muchos casos el negocio surge por demanda de la misma región
- g) Acceso a nuevos y diferentes mercados
- h) Vínculos y redes para conseguir apoyo

- i) Diversificación en sus proveedores
- j) Acceso a materias primas, así como transferencia de tecnología e información entre microempresas
- k) Combinación de sistemas y herramientas tradicionales con técnicas y equipos modernos
- l) Valor en la producción tradicional, a mano o artesanal
- m) Introducción de sistemas y equipos modernos de producción de tecnología moderna
- n) Mayor facilidad en la implementación de cambios en el sistema de producción
- o) Ausencia de una burocracia interna y formalidades
- p) Comunicación más rápida y fluida entre áreas, por ende, respuestas rápidas al momento de tomar decisiones
- q) Mejor adaptación a los cambios
- r) Mayor facilidad en la innovación de sus productos
- s) Potencial fuente de trabajo y de desarrollo para la región donde radiquen

A partir de los mismos autores, podemos también observar como posibles desventajas dentro de las empresas familiares los siguientes puntos:

- a) Una escasa división técnica del trabajo: el dueño y los trabajadores desempeñan diferentes actividades simultáneamente
- b) Baja especialización en la mano de obra
- c) Alto porcentaje de rotación de personal
- d) Falta de financiamientos
- e) Problemas de marketing, comercialización y de contacto con nuevos clientes
- f) Nepotismo: emplear familiares pese a la falta vocación, interés o capacidad
- g) Posible estilo de liderazgo basado en el poder
- h) Influencia negativa del sistema familiar en la empresa

- i) Posible mal desempeño de los trabajadores a causa de la seguridad que provee el ser parte del sistema familiar

Pese a que estas empresas tienen muchas ventajas a su favor, también es fácil observar puntos de mejora. En general es indispensable que cada integrante genere consciencia sobre su participación, sin asumir que su puesto de trabajo es respaldado por los lazos de sangre.

Por el contrario, asumir una responsabilidad hacia el negocio familiar permite un desarrollo continuo de este; en algunos casos de empresas familiares se observa como las generaciones más jóvenes aportan capital intelectual² a los procesos internos. Más allá de ver el negocio como una herencia, se genera un compromiso con esta y con la familia.

Otro tema de conflicto frecuente en las microempresas familiares nos los comparte Belausteguigoitia (2003) al mencionar que, los dueños del establecimiento se enfrentan continuamente al dilema de destinar las utilidades generadas a la empresa o a la familia, encima, el autor reflexiona que tomar esta decisión sin las suficientes bases, puede ocasionar la desaparición del negocio ya sea por la falta de recursos, o por la frustración y distanciamiento por parte de la familia dada la carencia económica.

Para finalizar, podemos decir que aun cuando una empresa familiar cuente con un equilibrio entre ambos sistemas, existen factores externos e internos que no pueden controlarse, por lo que la comunicación y las reuniones regulares resultan ser un pilar indispensable.

Reconocer el esfuerzo de todos los integrantes, incentivarlos con estímulos no únicamente económicos, mantener una capacitación constante y un clima laboral sano, pueden modificar por mucho el tiempo de vida de una empresa familiar.

² Con capital intelectual nos referimos a la integración de nuevos conocimientos a las prácticas de la empresa, por parte de las generaciones más jóvenes.

Conclusiones del capítulo

En este capítulo explicamos las categorías que funcionan como eje principal en la elaboración de la presente investigación, a partir del concepto de cultura y su influencia sobre las personas y grupos sociales que la comparten y reproducen.

De acuerdo con autores relevantes dentro de la ecología cultural, pudimos visualizar que es posible generar un nuevo tipo de desarrollo sustentable, el cual integre y se preocupe en atender aspectos sociales, culturales, ecológicos y no únicamente económicos.

De generarse un desarrollo sustentable, este tendría un efecto directo en la cultura que lo ejerza, ya que a diferencia del modelo capitalista que nos rige, la sustentabilidad implica involucrar a la sociedad en la planeación y en el proceso de su desarrollo, lo cual permitiría escuchar las necesidades de grupos vulnerables y prestar atención a las deficiencias ambientales que se estén cometiendo.

En ese sentido, una sociedad que construya y practique una cultura sustentable, tendría que incluir hábitos básicos cotidianos, conscientes de su relación con otros seres y con la naturaleza, esto requiere modificar creencias y costumbres que consideramos modernas pero que resultan nocivas para el entorno en el cual operamos como sociedad. La sustentabilidad propone recopilar conocimientos y prácticas que concilien la idea de modernidad con el respeto hacia la vida.

De este modo es como se han creado propuestas de reciclaje y producción que son viables en términos de sustentabilidad, acordes con nuestra necesidad de desarrollo integral (social, cultural, económico), sin perder los conocimientos locales y las prácticas artesanales.

Como se puede ver, como parte de los actores sociales que pueden contribuir de manera exitosa a los procesos de reciclaje, encontramos microempresas de carácter familiar, que debido en parte a la flexibilidad de organización interna, pueden adaptarse a su entorno y a las demandas del mercado, por lo que crear una microempresa con principios afines al desarrollo sustentable representa una alternativa económica.

El hecho de que un sector comercial tome conciencia de su responsabilidad social y ecológica, es un eslabón significativo en la ejecución de un desarrollo viable en términos de sustentabilidad.

Así pues, en México ya existen microempresas familiares, concretamente en el Estado de Querétaro, que han comenzado a implementar valores y estrategias productivas sustentables dentro de sus procesos, las cuales están enfocadas en principios sustentables, como por ejemplo, aprovechar al máximo los recursos naturales ya explotados, generar redes de apoyo entre artesanos y comerciantes de una región, o conservar y utilizar conocimientos locales.

Por otro lado, y como ventaja de estas unidades comerciales, al tratarse de unidades económicas familiares, estas pueden transmitir los valores propios de la familia a sus empresas, como el sentido de protección, ayuda y lealtad al comercio, generando así empresas más acordes con la sociedad y el medio ambiente.

Al respecto McDonough y Braungart (2005) mencionan que "el amor en empresa puede tomar tonalidades de responsabilidad social, compromiso hacia clientes y también de servicio incondicional" (p. 7). Este tipo de economía se le conoce como circular o verde, y si bien las empresas todavía no nacen con una misión 100% sustentable, si han comenzado a implementar en sus empresas estrategias productivas sustentables.

CAPITULO III. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La investigación de la presente tesis, busca estudiar las posibles características y estrategias sustentables, que utilizan dos microempresas familiares: Hecho en Babu y Casa Malaki. Puesto que varias de las condiciones que se necesitaban analizar sobre el caso de estudio, no son exactas o cuantificables; ya que hacen referencia a la preservación de conocimientos locales, al sentido de responsabilidad ambiental y a la contribución social, es por lo que se decidió conducir la investigación bajo un enfoque cualitativo.

Una de las cualidades que aporta la metodología cualitativa a una investigación, es su flexibilidad al permitir enriquecer el análisis, a través de una interacción entre el investigador y el objeto de estudio. La investigación de tipo cualitativo se interesa en la forma en que se comprende, se experimenta y se produce el mundo, así como en los significados, conocimientos, relatos y perspectivas de los participantes. Es una metodología interpretativa, inductiva y reflexiva que se enfoca en la práctica real, es decir, situada, y se asienta en el proceso recíproco en el que interactúan el investigador y los participante (Vasilachis, 2006).

Dada la naturaleza de nuestro caso de estudio, el corte cualitativo, resulta importante para dirigir la atención a los significados socioculturales, la dinámicas familiares y el contexto social, en el que se desenvuelve el caso de estudio, por ejemplo, al tener que observar las dinámicas familiares, se tiene que observar los distintos matices en lo cotidiano; la rutina es un excelente informante de hábitos, vínculos, trabajo o prioridades. Gobo (2005) menciona como “Los métodos cualitativos se caracterizan por su ostensible capacidad para describir, comprender y explicar los fenómenos sociales” (Gobo, 2005, como se citó en Vasilachis, 2016, p.4). Respecto a esta investigación, al tratarse de dos empresas que componen un mismo núcleo familiar, una metodología cualitativa permitiría una comprensión holística de nuestro objeto de estudio.

Parte de los objetivos de esta investigación, requieren la recopilación de información acerca, de las prácticas familiares, sociales, culturales, ambientales y económicas, que convergen en el contexto de Hecho en Babu y Casa Malaki, por lo que la observación e incluso la participación, resultaran indispensables como instrumentos de trabajo.

Como principal característica de un estudio antropológico, la recopilación de datos se llevará a cabo a través del método etnográfico. Refiriéndonos específicamente a la presente investigación, se realizara trabajo de campo durante mínimo seis meses, periodo en el que se efectuaran visitas a la familia Moreno Basante, núcleo familiar que conforma Hecho en Babu y Casa Malaki.

Las visitas, tienen la finalidad de recopilar la información mediante una observación participante, instrumento del que hablaremos a detalle más adelante, no obstante, se trata de interactuar con el objeto de estudio, muchas veces incluyéndose en sus actividades. En el caso de esta investigación, todo lo que la etnógrafa experimente durante el trabajo de campo, deberá quedar registrado en un diario, en el cual la información estará dividida, en una descripción objetiva y precisa de los hechos, y en la visión subjetiva e interpretativa por parte de la investigadora.

Otro instrumento que aportara datos más concretos al estudio, serán las entrevistas etnográficas, las cuales se tienen planeadas utilizar en la obtención de datos más específicos, como la historia, la operación interna de ambas empresas, o las colaboraciones con otros artesanos de la región. Posteriormente en este mismo capítulo, se profundizara sobre las entrevistas etnográficas y su importante aportación al estudio.

Puesto que los objetivos de esta investigación, se enfocaron en el análisis de las estrategias productivas sustentables, que Hecho en Babu y Casa Malaki utilizan, así como en la observación de la dinámica familiar que existe entre ambas empresas y en sus los valores, el método etnográfico resulta excelente para la

descripción, análisis e interpretación, del caso de estudio en un contexto y tiempo determinado.

La etnografía, con el apoyo de sus respectivos instrumentos, nos permitirá tener una visión holística del caso de estudio, al mismo tiempo de que nos brinda la oportunidad de profundizar, en los temas que se consideran importantes para la investigación. El Autor, Aguirre (1997) nos describe al método etnográfico como un estudio descriptivo de una cultura, y propone un proceso de trabajo de campo, que se compone de los siguientes pasos:

- a) Demarcación del campo
- b) Preparación y documentación
- c) Investigación
- d) Conclusión

El mismo autor nos indica que, este proceso es aplicable tanto para una etnia como para una empresa ya que en ambos casos estamos hablando de “culturas”. La finalidad de este proceso etnográfico, es explicar la totalidad de la cultura estudiada y obtener una visión global de esta (p. 3 -14).

Uno de los aspectos importantes del proceso etnográfico que nos menciona Aguirre, se refiere a la importancia de registrar y posteriormente analizar, todo el proceso y cada contacto con el objeto de estudio; desde su elección, los motivos personales de la decisión, las cuestiones burocráticas, hasta realizar el trabajo de campo y redactar los resultados, todos estos datos son importantes para la investigación, por lo que deben ser registrados.

Por lo anterior y como se mencionó anteriormente, durante el tiempo que dure esta investigación, se tomara nota de todas las fases del proceso etnográfico en un diario de campo, y archivos multimedia como fotografías, videos o grabaciones de voz. Esto no sólo servirá como registro y evidencia del trabajo

realizado insitu, también permitirá en el siguiente capítulo, desarrollar el contexto etnográfico de nuestro objeto de estudio.

El diario de campo nos permitirá enriquecer por mucho la investigación, si se lleva a cabo de manera disciplinada, Restrepo mencionó al respecto que:

“El diario de campo es escrito para uno mismo, por lo que tiene un tono bastante personal. Son notas que se van escribiendo a medida que se avanza en el trabajo de campo. Sirve para registrar aquellos datos útiles a la investigación, pero también es utilizado para ir haciendo elaboraciones reflexivamente sobre la comprensión del problema planteado así como sobre las dificultades por resolver y tareas por adelantar. Por eso, no es extraño que en ciertos pasajes el tono de la escritura del diario de campo se parezca al de una conversación consigo mismo, al de la exposición para sí mismo, y todavía en borrador, de algunas ideas que van naciendo sobre lo que se está estudiando” (p.45).

El diario de campo como instrumento etnográfico, permite generar una fuente confiable de información, obtenida mediante la observación. Lo interesante del método, es que la etnografía no se limitará a describir la cultura de forma exacta y objetiva, como tampoco se tendrá que abstener de plasmar sus interpretaciones y reflexiones como investigadora.

Por último, en lo que se refiere a diario de campo, si se busca hacer más eficiente esta labor, podemos considerar la propuesta de Martínez (2007), sobre la elaboración de un diario de campo, el menciona que se deben considerar tres partes, la descripción; lo más precisa posible, respondiendo ¿qué relación tiene esto sobre la situación del objeto de estudio?, segundo; la argumentación, parte en la que se profundiza y relaciona a las situaciones con las relaciones, y por último, la interpretación; la cual según el autor, se enfoca en la comprensión e interpretación, las

últimas dos etapas deben ser argumentadas desde la teoría, no obstante la última, debe ser mezclada con la experiencia vivida en la práctica, lo que permitirá comprender e interpretar que sucede.

Si bien, hemos hecho mención de los instrumentos etnográficos que se emplearan en el trabajo de campo, es importante indagar un poco más en las particularidades, que el método etnográfico le otorga a la investigación.

Recordemos, que al llevar a cabo un estudio etnográfico, lo que se busca es la producción de conocimiento, a partir de los fenómenos sociales que se registran, en este caso, fenómenos como las estrategias de producción, lazos familiares, etc. Por lo que para la investigadora, obtener esos datos de forma directa, en la cotidianidad, le proporciona contexto y sentido, a hechos socioculturales que observa. Hammersley & Atkinson (1983) nos comparten respecto al método etnográfico:

Su principal característica sería que el etnógrafo participa abiertamente o de manera encubierta, en la vida diaria de las personas durante un periodo de tiempo, observando qué sucede, escuchando que se dice, haciendo preguntas, de hecho haciendo acopio de cualquier dato disponible que sirva para arrojar un poco de luz sobre el tema en que se centra la investigación (p. 15).

Como parte de las responsabilidades de la etnógrafa, ella tiene que describir estos sucesos, con especial cuidado de no generar una interpretación basada en su propia cultura, a la vez de que tiene que mantener una mirada objetiva ante lo que observa.

Intentar mantener una mirada antropológica, a cada suceso que uno experimenta durante el trabajo de campo, vuelve más compleja esta labor. Un tema importante a reflexionar es, el papel que nuestros informantes clave juega dentro de la investigación, él es quien nos facilitara datos, y muchas veces acceso

a ciertos contextos, por lo que el vínculo que se generó con los informantes ha sido un tema controversial entre corrientes antropológicas.

Guber (2015), menciona que al llevar a cabo la observación participante se está generando una relación, conclusión que si bien para algunos autores, podría convertirse en un sesgo para la investigación, otros podrían pensar, que justo ese lazo es lo que brinda mayor calidad en la información y pistas interpretativas. Sobre esta disyuntiva reflexionaremos en el siguiente apartado.

Por último, vale la pena mencionar que el método etnográfico permitirá dar cuenta de las prácticas, interpretaciones y los significados, a través de narraciones sobre la construcción de estrategias productivas, empleando saberes sociales y principios que hoy bien pueden considerarse sustentables.

3.1 Observación participante

Utilizar la observación participante en el trabajo de campo, permite tener un acercamiento directo entre el investigador y el objeto de estudio, con esta herramienta etnográfica, el investigador puede involucrarse en actividades cotidianas de la cultura que estudia, observando así, su cotidianidad y los distintos contextos en los que converge, creándose así una visión holística del objeto de estudio.

Sin embargo, resulta irónico que la característica más interesante de la observación participante, que es la recopilación de información, a través de observar y de participar en las dinámicas sociales, también represente su principal punto de debate, esto debido a que, participar en las actividades del objeto de estudio puede viciar los datos, puesto que el antropólogo al ser un actor externo, puede modificar el comportamiento o rutina de los participantes.

Sin embargo, también es importante considerar que, este acercamiento con la gente en su cotidianidad, fue un método concebido para acceder a la mentalidad y ritmos de la vida de las poblaciones (Malinowski, 1986). Guber

(2015), por su parte “considera que la observación participante implica desempeñarse como lo hacen los nativos, es decir, experimentar con la finalidad de “estar dentro” de la cultura estudiada, mientras que limitar al investigador únicamente a la observación sin la acción ubicaría al antropólogo fuera de la sociedad” (p. 55).

Kottak (2011), a su vez considera que “Ante todo, los etnógrafos tienen que intentar ser observadores, registradores y reporteros precisos de lo que ven [...] La humanidad compartida por el estudioso y el estudiado, del etnógrafo y la comunidad bajo estudio, hacen inevitable la observación participante” (p. 55-57).

En relación a lo anterior, una cuestión importante a reflexionar, respecto a la observación participante, es que como ha podido notar el valor de esta herramienta metodológica, radica en la interacción del investigador con las personas y su cultura, por lo cual, para mantener una observación participante objetiva hacia el objeto de estudio, es recomendable considerar las relaciones que se generaran durante el trabajo de campo, desde un vínculo investigador-objeto de estudio.

Las características que se han mencionado en este apartado, sobre la observación participante, la volvieron una herramienta dispensable como parte de la recolección de datos, de la presente investigación, puesto que se buscaba recabar información acerca de los actores sociales dentro de Hecho en Babu y Casa Malaki, su lazo y dinámica familiar dentro de ambas empresas, y la práctica de conocimientos locales.

La observación participante, como parte del trabajo de campo, se llevó a cabo en el periodo de marzo a octubre del 2021, en dos municipios del Edo. De Querétaro, Tequisquiapan y Ezequiel Montes y en tres diferentes locaciones, una tienda en Tequisquiapan, una segunda tienda en el pueblo de Bernal y el taller familiar. En este último, fue donde se llevó a cabo la observación participante, colaborando en diversas actividades cotidianas de la empresa y de la familia.

3.2 Entrevistas etnográficas

La entrevista etnográfica o semi estructurada, es una herramienta que como cualquier otra, busca conocimiento. Si bien, se habla de una entrevista, esto no es en un sentido estricto, por el contrario, esta herramienta metodológica, brinda mayor libertad al investigador y al sujeto de estudio, al momento de intercambiar información.

Para esta herramienta, la información adquirida de forma oral, es solo otra pieza, que junto con los datos obtenidos observando el contexto, es decir, el lugar, las personas y la escena de la entrevista, puede crear una interpretación holística, de la situación actual del objeto de estudio.

Las entrevistas semi estructuradas pueden realizarse en la cotidianidad del sujeto de estudio, el antropólogo, puede alentar o guiar una conversación hacia temas de relevancia para su investigación, no obstante, es importante prestar atención a la comunicación para verbal de nuestro sujeto de estudio, a las interacciones sociales que se produzcan durante la conversación, y al sitio en el que nos encontremos. Guber (2015) menciona respecto a esta herramienta que “el sentido de la vida social se expresa particularmente a través de discursos que emergen en la vida diaria, de manera informal, bajo la forma de comentarios, anécdotas, términos de trato y conversaciones” (p. 69).

Las entrevistas no estructuradas al tener mayor grado de libertad, no se apoyan de un listado de preguntas establecidas por orden, se trata más de una conversación casual entre el investigador y el sujeto de estudio, así como de un pleno uso de los cinco sentidos, por parte del antropólogo, ante la situación, “La experiencia de la investigación demuestra que una entrevista a profundidad solo tiene sentido realmente dentro de un “contexto”, en función del lugar y del momento de la entrevista” (Beaud, 2018, p.186).

En lo que concierne a esta investigación, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas a profundidad, en formato presencial, durante el periodo de

trabajo de campo, mediante las cuales se buscó la obtención de datos que pudieran brindar un escenario holístico del contexto del objeto de estudio

Sistematización

En los siguientes dos capítulos, se dará a conocer la información que fue recopilada durante el trabajo de campo y posteriormente sistematizada. Para lograr esto último, se creyó pertinente organizar la información, con base a los objetivos de esta investigación. Es decir, se analizaron las posibles características sustentables dentro del caso de estudio, los momentos clave en el crecimiento de este, así como el registro del sistema familia-empresa, al que pertenece.

Para describir lo mejor posible el objeto de estudio, en este caso dos microempresas familiares, en los siguientes dos capítulos, se creyó pertinente comenzar narrando la historia de la familia, hablar de los integrantes de esta, mencionar los momentos clave que tuvieron lugar en la creación de ambas microempresas, así como la organización laboral que establecieron. También se creyó conveniente describir el contexto socioterritorial, para este caso de estudio en particular la región ha resultado clave en su desarrollo, por lo que brevemente se sintetizan los datos y notas sobre las características geografía del lugar.

En el último capítulo, con los datos de campo ya sistematizados y teniendo un panorama amplio del caso, se exponen las conclusiones a los objetivos de esta investigación, se analizan los resultados de implementar principios y estrategias sustentables dentro de microempresas, a la vez de que se reflexiona, sobre la posible viabilidad de esto, como una opción para un desarrollo más justo ambiental y socialmente.

Propuesta de intervención

Con el objetivo de dar a conocer la información obtenida en esta investigación, se propone llevar a cabo un ciclo de conferencias, con la finalidad de exponer el conocimiento recabado, respecto al caso de estudio de la presente tesis. Uno de los propósitos de esta investigación, es continuar con el ciclo de producción de conocimientos, así como de exhortar a la flexión, sobre posibles opciones sustentables como respuesta a nuestro actual contexto ambiental.

CAPÍTULO IV. TRABAJO ETNOGRÁFICO: DESCRIPCIÓN DE UNA EMPRESA FAMILIAR

Hecho en Babu y Casa Malaki son dos microempresas mexicanas unidas por un vínculo familiar. Estas se encuentran ubicadas en el Estado de Querétaro, en la localidad de Tequisquiapan y Bernal, respectivamente. Ambas empresas trabajan con vidrio, aunque de distinta forma, mientras que una se encarga de crear piezas artísticas con este material, la otra vende estas piezas, como su producto principal.

Para comenzar, es importante observar los vínculos familiares que convergen en ambas empresas. La Sra. Azucena Basante Butron, quien se ha dedicado por 30 años a trabajar técnicas artísticas en vidrio, desarrolló hace siete años la marca *Hecho en Babu*, microempresa en la que han colaborado en algún momento todos los integrantes de su núcleo familiar.

El núcleo familiar de la Sra. Azucena está integrado por ella y su esposo, el Sr. Jaime Moreno, así como por sus tres hijas: Rebeca, Erika y Raquel, así como por Irvin, el hijo de Raquel.

Actualmente, el Señor Jaime y su hija Rebeca no participan activamente en Hecho en Babu, sin embargo, si han colaborado en algún momento en los procesos de esta empresa. Erika, la hija de en medio, estudió nuevas técnicas en vidrio, que más tarde aportó al bagaje artístico de la empresa, Raquel, la hija menor, administra y trabaja en su propia tienda: Casa Malaki, a la vez de que funge como intermediaria entre ambas empresas, mientras que la Sra. Azucena, continua elaborando vitrales y experimentando con vidrio y otros materiales.

No obstante, Hecho en Babu y Casa Malaki comparten un lazo más a parte del familiar, los integrantes de ambas empresas, tienen un vínculo hacia el vidrio, no únicamente por el hecho de que este material representa el principal recurso de ambas empresas, sino, refiriéndonos a un plano emocional, el cual puede permitirnos tener una visión holística del caso de estudio, podemos comprender que quizá no hubo únicamente una trasferencia de conocimientos, de parte de la

Sra. Azucena a sus hijas, sino que también transmitió su amor y pasión por el vidrio.

Hecho en Babu es un taller que utiliza conocimientos antiguos y trabaja con poco más de diez técnicas tradicionales, para elaborar piezas artísticas en vidrio. Por mencionar algunas con las que trabaja el taller, podemos hablar de vitral, vitromosaico, vidrio horneado, esmaltes, grisalla, fusionado, entre otras. Gracias a sus conocimientos y experiencia, la familia Moreno pudo innovar con las técnicas que ya dominaba, e integrar como materia prima el vidrio reciclado de botellas de vinos, licores y perfumes.

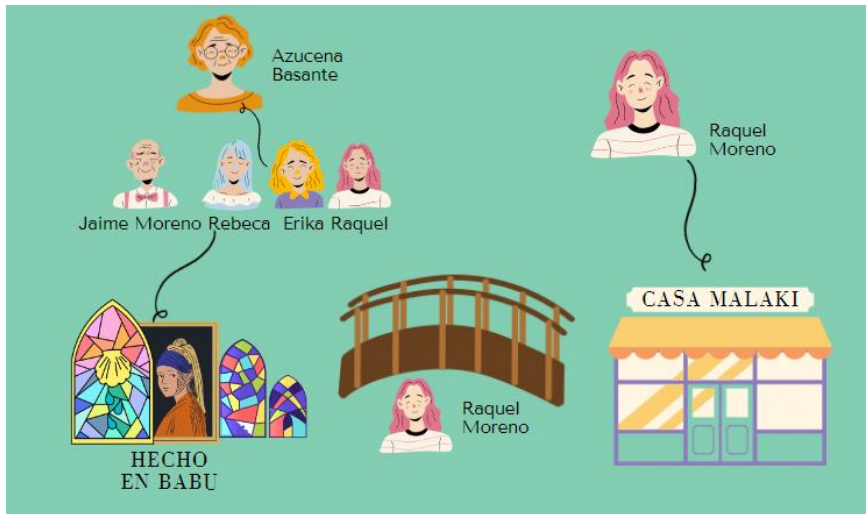
El uso de vidrio reciclado ha representado una oportunidad importante para la marca Hecho en Babu en términos económicos, a la vez que un reto creativo para la familia. Las botellas de vidrio utilizadas por el taller, son adquiridas por dos importantes sectores: empresas como restaurantes u hoteles, que recolectan y donan sus botellas; y habitantes de Tequisquiapan, quienes intercambian botellas de vidrio limpias, por puntos, descuentos o productos que vende Casa Malaki.

Por su parte Casa Malaki, hasta septiembre del 2021, contaba con dos tiendas físicas, una localizada en el centro de Bernal, en el municipio de Ezequiel Montes, y otra ubicada en la plaza Centenario, en la localidad de Tequisquiapan, esta empresa, constituye un proyecto personal de Raquel, quien, cabe señalar, también es informante clave de esta investigación.

Si bien, la tienda Casa Malaki es la sede oficial de la marca Hecho en Babu, también se puede encontrar una gran variedad de productos elaborados por diferentes artesanos de la región, con los más diversos materiales, como son: jabones artesanales, inciensos, libretas de cuero, plantas, cosméticos naturales, bisutería, entre otros artículos.

Para visualizar mejor la dinámica familiar-laboral, que desempeñan los integrantes de la familia Moreno Basante, presentamos a continuación una ilustración que, nos permite dar cuenta de la organización que la familia práctica en ambas empresas.

Diagrama dinámica familiar-laboral



4.1 De Azucena Basante ha Hecho en Babu

Azucena Basanta Butron experimentó en su vida una suma de acontecimientos que la llevaron a descubrir la belleza del vidrio como recurso artístico. Desde joven, experimentó y acumuló conocimientos en diferentes prácticas artesanales, a la vez que iba desarrollando y puliendo sus habilidades artísticas, esto la llevó a dominar distintas técnicas y artes, dignas de admirarse y de continuar legando.

La Sra. Azucena, según sus relatos, siempre ha mostrado interés por hacer manualidades y reutilizar materiales, para elaborarlas. Aprendió a tejer, bordar y decorar interiores, también sentía gran interés por la carpintería; en esta búsqueda de nuevos conocimientos, ingresó a un curso de técnicas básicas en vidrio, lo cual sería el inicio de su carrera.

Cuando la Sra. Azucena tenía 28 años, tomó un curso sabatino de vitrales en Feders, una fábrica en la Ciudad de México que actualmente ya no existe, pero, que en ese tiempo se dedicaba a fundir y crear su propio vidrio, para la posterior elaboración de vitrales. De acuerdo con su narrativa, el primer vitral que

realizó la fundadora de Hecho en Babu fue una estrella de David. A partir de ese momento quedó cautivada.

La madre de la familia Moreno Basante, comenzó a acudir con mayor frecuencia a la fábrica. Entabló amistad con distintas personas que ahí trabajaban, incluyendo al dueño, y desempeñó acciones que, en sus palabras, “la volvieron útil dentro de la empresa”. (Azucena, comunicación personal, 2022).

La Sra. Azucena, comenzó a abrirse camino en Feders hasta llegar a impartir cursos, este nuevo puesto y la disposición que mostraba, le permitieron conocer todas las áreas de la empresa, tales como: biseles, grabado con ácido, estructura, diseño; áreas que son parte de la elaboración y venta de vitrales y que le brindaron conocimientos de servicio a clientes, ventas y en la instalación y diseño de estructuras para vitral.

La fábrica de vidrio, recién comenzaba a incursionar en la importación de vidrio a México, negocio al que la Sra. Azucena le vio potencial y al que decidió dedicarse. En 1989, comenzó su emprendimiento para importar vidrio junto con tres socios más y un inversionista. Creó una firma dedicada a importar placas de vidrio y a elaborar vitrales, sin embargo, no paso mucho tiempo para que ella sola se quedara con toda la producción, administración y deuda del proyecto.

Afortunadamente y gracias a la experiencia adquirida en Feders, pudo desarrollar su propio catálogo y plan de ventas, salió a ofrecer sus productos y a dejar publicidad, en zonas con obras de construcción en la Cd. de México. En 1990, y como parte de las estrategias para darse a conocer, la Sra. Azucena tomó la decisión de publicar un anuncio en la revista “Segunda mano”, a través del cual fue contactada para trabajar en el Castillo de Chapultepec.

La colaboración que realizó la Sra. Azucena con el Castillo de Chapultepec, duró dos años, este proyecto trajo consigo situaciones, que supo convertir en oportunidades, conocimiento y experiencia. Por un lado, la ya entonces vitralista,

tuvo que aprender con ayuda de su tío, pero, de forma empírica, a intervenir el vidrio con “ácidos”, técnica que no considera volver a utilizar ya que resulta bastante peligrosa (Azucena, comunicación personal, 2022), pero, que este proyecto en particular lo requería. Además, la Sra. Azucena continuo tejiendo sus redes de apoyo, entablo amistad con el ese entonces director del Castillo de Chapultepec, quien en un futuro la recomendaría para trabajos de restauración en edificios de gobernación.

La fundadora de Hecho en Babu, relata cómo en varias ocasiones no tenía los conocimientos de la técnica que se le solicitaba para llevar a cabo un trabajo, sin embargo, buscaba los medios para aprender a realizar la pieza bajo los parámetros solicitados. Esto la dotó de experiencia y de un gran un acervo de técnicas artísticas en vidrio. Es importante observar que mucho de los conocimientos adquiridos por ella, fueron obtenidos de manera empírica, por lo que contrario a lo cotidiano, para la Sra. Azucena, en la medida que su trabajo iba en ascenso, también aumentaban sus conocimientos y habilidades.

El éxito en la colaboración con el Castillo de Chapultepec, le permitió a la Sra. Azucena estabilizar económicamente su taller y continuar impulsándolo. Su trabajo comenzó a ser reconocido, a la par de que siguió abriéndose paso en proyectos importantes como vitralista de sinagogas, para la comunidad judía, en la restauración de edificios de gobernación o vitrales para el ejército, por mencionar algunas de sus colaboraciones.

Años después, la secretaria y el vitralista que trabajaban en su taller, se fugaron, robándole su cartera de clientes, marca, catálogos, proveedores y el vidrio importado. Sin marca ni material, el taller cerró. No obstante, dentro de las relaciones que la Sra. Azucena generó con su taller, destaca un experto en técnicas de calor, con el cual negoció como parte de un proyecto en el que colaboraban juntos, que capacitara a su hija Erika y tres personas más, en técnicas de horneado.

Erika obtuvo los conocimientos sobre cuatro técnicas artísticas, tres de las cuales son con calor: óxidos, esmalte, fusionado y vitromosaico, con las cuales empezó a crear sus propias piezas y colaborar en los proyectos de su madre. A través de las redes que la Sra. Azucena construyó, la familia pudo acceder a más conocimientos, ampliando así su bagaje artístico. En este caso, incluir las nuevas técnicas en horno, ha representado un hito para Hecho en Babu.

En el 2011, Raquel la hija menor de la familia, ya se había mudado de la Cd. De México a Tequisquiapan, municipio vitivinícola y lugar en el que comenzó a emprender sus proyectos artesanales y a tejer sus propias redes de apoyo. Más tarde, su hermana Erika, se le uniría, mudándose a vivir con ella. Fue en este periodo de tiempo, cuando las hermanas Moreno, inspiradas por los recursos de su localidad, tuvieron la idea de experimentar con el vidrio reciclado de las botellas de vino, como recurso, para desarrollar piezas con técnicas de calor.

No pasó mucho tiempo, para que los padres de Raquel y Erika, también se mudaran a Tequisquiapan e instalaran un primer taller, el cual les permitió, en 2013 desarrollar su primera alianza con un chef que trabajaba en viñedos La Redonda; contacto derivado de las redes de Raquel, y quien les realizó un pedido de tablas para quesos, hechas con botellas de vino. La familia aceptó la colaboración, e invirtieron en la producción de stock.

“El primer paso que dimos fue con los viñedos, mi hermana ya trabajaba con el tema de las horneadas, entonces un día pensamos: ¿oigan pues Tequisquiapan es pueblo de vinos no? Pues vamos a ver. Se le ofreció el producto a una par de viñedos, funcionó como: oye esta padre tu producto ¿Qué más puedes hacer? nunca le digas eso a un artista porque salen miles de ideas” (Raquel, comunicación personal, 2021)

Durante el tiempo que duró la alianza, *Hecho en Babu* pudo asistir sin costo a las ferias del vino realizadas en la región Tequisquiapan, lo que les benefició en

Comentario [J1]: Hito importante.
Destacar en tu análisis.

términos de promoción, a la vez que les permitió abarcar otro tipo de mercado y lo más importante, la colaboración con el viñedo les exhortó a registrar y formalizar la marca *Hecho en Babu*, como una microempresa familiar. Desafortunadamente, esta alianza no tuvo éxito, por el contrario, generó en la empresa y en la familia una pérdida de inversión de aproximadamente \$40,000 pesos.

Si bien, varios de los emprendimientos realizados por la Sra. Azucena no tuvieron el final que ella esperaba, si le aportaron conocimientos y experiencia que hoy día se reflejan en su trabajo y en el taller familiar. Las colaboraciones con otras empresas o artesanos, no necesariamente aportan sus beneficios en términos económicos, por ejemplo, en el caso de la alianza con viñedos La Redonda, se trató de una pérdida económica para ambos sistemas: familia y empresa, pero, también representó la unión formal de ambos sistemas familia-empresa.

Pese a la mal experiencia, era irrefutable el hecho de que Erika y Raquel, habían detectado una oportunidad en los recursos de la región, por lo que *Hecho en Babu* siguió como proyecto familiar. La decisión de comenzar a usar un recurso reciclado, le permitió a la familia, desarrollar una línea de productos básica, pero, novedosa, estrategia que sin saberlo, modificaría radicalmente la visión del taller y sus procesos de producción. Como hemos mencionado en párrafos anteriores, si bien, *Hecho en Babu* fue un concepto creado por la Sra. Azucena a través de su experiencia, el inicio de la empresa, tiene su origen en un conjunto de acontecimientos que vivió la familia Moreno Basante.

Con la ayuda de sus Hijas y de su esposo; el Sr. Jaime, la Sra. Azucena continúa trabajando y comercializando piezas artísticas y utilitarias, hechas de vidrio y vidrio reciclado, a la vez de que se encuentra innovando, utilizando este último tipo de vidrio, con las tradicionales técnicas artísticas como vitral o vitromosaico, hecho que se ha convertido, en sello particular de la empresa y en su ventaja competitiva.

El estilo único que ha desarrollado la Sra. Azucena, le ha abierto las puertas a colaborar con importantes instituciones a nivel nacional y ser partícipe de la preservación de antiguas técnicas artísticas en vidrio. Con el tiempo, ella ha externado el compromiso que tiene por los conocimientos que posee, así como por la conservación de su mismo arte.

Raquel, como parte de sus proyectos personales, emprendió su propia tienda de artesanías en Tequisquiapan, llamada *Casa Malaki*. En un principio vendía jabones hechos por ella, con el tiempo comenzó a incluir piezas elaboradas por *Hecho en Babu*, lo que resultó en una alianza implícita, pero, permanente, en la que Raquel se convirtió en la conexión entre ambas empresas, mientras que Casa Malaki, se convirtió en la sede principal de las piezas de *Hecho en Babu*.

Comentario [J2]: Este suceso es importante recuperarlo después para conclusiones, porque es el punto del puente que conecta tu caso de estudio.

Como pudimos observar, el apoyo y participación del núcleo familiar de la Sra. Azucena, fue decisiva en la puesta en marcha de *Hecho e Babu*, una empresa, que si bien representa la culminación de la carrera artística de la Sra. Azucena, también se ha convertido en un parteaguas para el desarrollo artístico de toda la familia.

A lo largo de su carrera la Sra. Azucena desarrolló un profundo cariño por el vidrio como recurso artístico, mismo que, junto con sus conocimientos, legó a sus hijas, quienes generaron un vínculo propio hacia este material, explorando nuevas opciones en la elaboración de sus piezas. Raquel nos comentó al respecto: que “El proyecto (refiriéndose a *Hecho en Babu*) es la culminación de nuestro amor al material, no es tanto la botella, es el vidrio en sí. La botella ha resultado el mejor medio para difundirlo, pero, hay mucho más”. (Raquel, comunicación personal, 2021).

Pese a que hoy día, cada integrante de la familia Moreno Basante tiene sus propios proyectos, de alguna manera u otra continúan colaborando con la empresa familiar. En la actualidad, *Hecho en Babu* se encuentra en una etapa de crecimiento dentro del ciclo de vida de una marca, lo que nos indica una

expansión en su mercado, la adquisición de nuevos canales de obtención de clientes y posiblemente un incremento en el número de sus ventas (Mejía, 2017).

Desde que se instaló el taller familiar, con la llegada del matrimonio Moreno Basante a Tequisquiapan, hasta el día de hoy, este ha ido creciendo y mudando; el concepto mismo de la empresa familiar y su visión, se ha ido modificado y adaptando a factores como la evolución de la familia, la región donde habitan y el momento histórico específico que viven, por ejemplo: la crisis ambiental. Estas circunstancias han sido aprovechadas por la familia dentro de su empresa, lo que les ha permitido minimizar costos, por ejemplo al utilizar vidrio reciclado, dirigiendo así la inversión de materia prima costosa, en el mejoramiento de la infraestructura del taller y en el desarrollo, de su microempresa.

Para tener una visión más clara y completa, del actual taller de *Hecho en Babu*, en el siguiente apartado se narrará una descripción de este, elaborada como ejercicio de observación, durante el periodo del trabajo de campo.

4.2 Ubicación y descripción del Taller

El taller de *Hecho en Babu* comparte instalaciones con la casa particular de la familia Moreno Bassante, que se localiza en Tequisquiapan en la colonia San Juan, en frente de la Presa Centenario.

Desde afuera, la construcción es blanca y muestra ser de dos pisos, tiene un amplio portón negro y justo al lado izquierdo de este, se observa el número de la casa elaborado con la técnica de vitromosaico. Para tener una mejor idea de la descripción del taller, podemos ayudarnos visualmente del plano de la Ilustración 2 y 3.

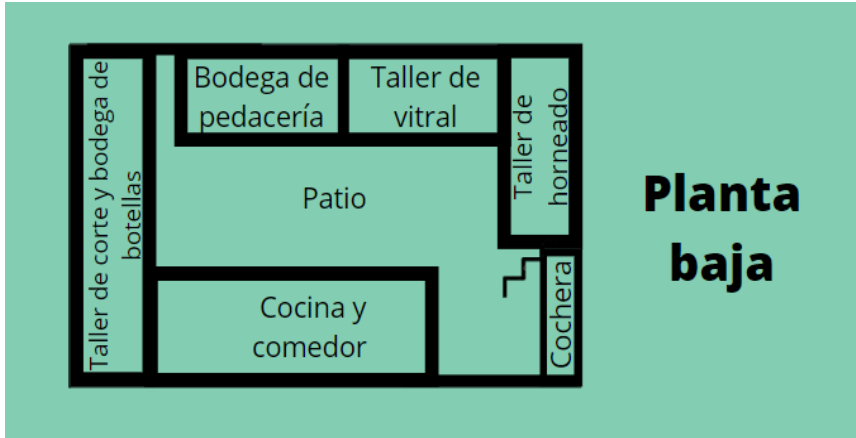


Ilustración 2 (Elaboración propia)

Plano del taller, planta baja

Plano del taller, planta alta

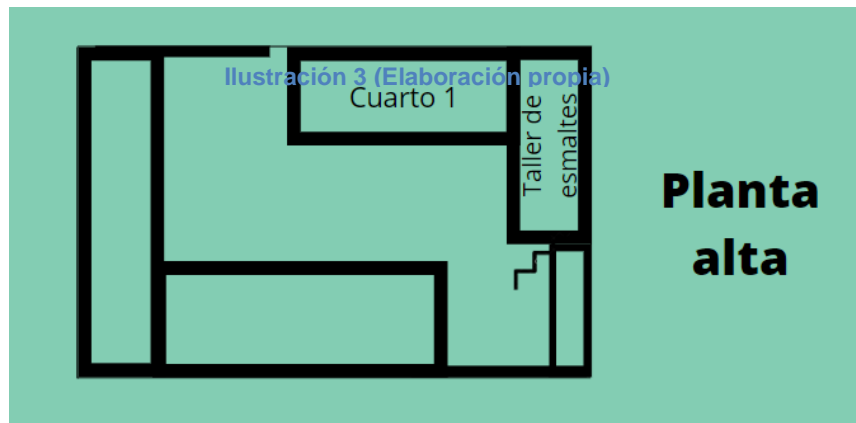


Ilustración 3 (Elaboración propia)

Para ingresar al taller, se entra por la cochera, un amplio espacio que tanto en su pared derecha como en la izquierda tiene colgando obras en vitromosaico. En el muro izquierdo se muestran dos máscaras de luchadores mexicano, una es plateada y la otra es color azul, haciendo referencia posiblemente al Santo y a Blue Demon, íconos de la lucha libre. Cada máscara mide aproximadamente 1.5 m de largo por 1 de ancho. Del otro lado, en el muro derecho, se exhiben más de diez cuadros abstractos elaborados con la técnica de horneado, sus piezas casi siempre hacen visible que el vidrio utilizado es de botella, lo cual hace claramente referencia a su orgullo y amor por su labor.

La cochera desemboca en el patio central de la casa, el cual conecta con todos los cuartos. A primera vista, se observa el comedor y la cocina, ya que son la continuación inmediata del patio, es interesante mencionar que este último espacio, es un punto de reunión y de socialización para los integrantes de la empresa y visitas.

Enseguida de la cocina, siguiendo hacia el fondo del terreno, se encuentra la primera parte del taller, que a su vez funciona también como pasillo. Este espacio no se encuentra techado, el piso es de cemento y se compone de muchos y diversos elementos, por ejemplo, al lado izquierdo se localizan pegadas a la pared alrededor de 10 cajas llenas de botellas clasificadas por colores, al lado de estas, se observan dos máquinas de grandes dimensiones, que se utilizan para hacer barrenos en las piezas de vidrio. En esta zona pueden observarse esparcidos muchos otros utensilios y materiales necesarios para desempeñar las actividades propias del taller.

Al lado de las herramientas para hacer barrenos, se halla una base de cemento y tabiques sobre la que descansa una segunda máquina, la cual funciona con agua y sirve para realizar cortes rectos en las botellas. Al fondo del taller se localiza la bodega de botellas principal, la cual mide alrededor de 3 x 1.5 metros. Se destaca que esta sección del taller se encuentra techada, a diferencia de las

antes mencionas, y en el momento de realizar trabajo de campo, almacenaba más de 5,000 botellas.

Frente a la bodega se puede observar un pasillo que conduce hacia la derecha, a lo que vendría a ser la segunda parte del taller. En esta se encuentran tres muros que sirven como espacio de almacenamiento para más material. Las botellas, al ser almacenadas, son divididas en peculiares o comunes, siendo en esta segunda zona del taller donde se guardan los envases que catalogados como peculiares, pues mencionan que tienen cualidades particulares; tales como la forma o el color, por lo que se consideran más cotizadas y tienden a no ser acumuladas con las demás para evitar romperlas.

En la segunda parte del taller, en medio de la habitación, se localiza una mesa sobre la que se encuentra una tercera máquina dedicada a los cortes circulares, a su lado se observa un pequeño tanque de gas al que está conectada. En esta sección del taller también se pueden observar dos máquinas más, encargadas de lijar y pulir las piezas de vidrio, así como de otras herramientas y materiales dispersos por el lugar.

Frente al segundo taller se ubica un patio que se une al patio central de la casa. Esa zona sirve como pasillo de conexión con tres habitaciones más: la primera sirve como bodega para La Sra. Azucena; ahí almacena pequeños trozos de vidrio horneado, clasificado por colores en más de treinta cajas de 4 x 20 cm. Ahí mismo, se guardan más obras y productos como lámparas, cuadros, mesas y proyectos en proceso. El segundo cuarto está adaptado con una mesa larga de 1.5 x .5 metros y cuenta con herramientas destinadas al trabajo en vitral. Se pueden observar repisas y estantes alrededor del cuarto, los cuales contienen cortadores, vidrios, cuadros y más materiales. La última habitación es perpendicular a la anterior y su segunda pared colinda con la cochera. Al entrar a ella, lo primero que salta a la vista son dos largas mesas equipadas con instrumentos propios para hacer vitrales. En una de estas se encontraba

realizando un vitral durante una visita, por lo que se pudo apreciar su utilidad. Las 2 paredes más largas del cuarto cuentan con anaqueles y vitrinas, que contienen piezas en venta de *Hecho en Babu*, así como moldes, pinturas, placas de vidrio y demás materiales. Al fondo de este cuarto se encuentra el horno, el cual mide aproximadamente 1.5 metros de largo por .5 de ancho.

Saliendo de la habitación antes descrita, podemos encontrar unas escaleras que llevan a la segunda planta, misma que está construida únicamente sobre las últimas tres habitaciones mencionadas. Ya en la parte de arriba, encontramos tres habitaciones más. La primera sirve como dormitorio de los Señores, la segunda como cuarto y la última está adaptada como el taller de esmaltes.

4.3 Procesos, arte y estrategias de una microempresa familiar

En la actualidad Hecho en Babu se dedica a crear principalmente vitrales, vitromosaico y piezas para el hogar. En esta última línea, ha desarrollado con vidrio de botella, aproximadamente 300 prototipos diferentes a lo largo de su historia. La gama de productos que hoy día se encuentra a la venta, se compone de 64 productos base; esto sin tomar en cuenta los pedidos especiales o únicos, ya que no son parte del stock de la tienda.

Para que los integrantes de *Hecho en Babu* puedan producir sus piezas, necesitan mantener un stock de botellas en su bodega. Es por esto que idearon un programa de recuperación de botellas dirigido a los habitantes del centro de Tequisquiapan. En un inicio, la empresa familiar implementó esta estrategia ofreciendo un intercambio de veinte botellas de vino por una copa o un botanero elaborado por ellos mismos.

Los resultados inmediatos fueron positivos, ya que la gente atendía activamente su propuesta. Incluso crearon redes con hoteles y restaurantes que también les donaban sus botellas vacías. No obstante, surgió un problema con el programa de recompensas para los habitantes; por un lado, rebasó el número de botellas que la empresa podía almacenar; y por otro, lado no se estaba teniendo

Comentario [J3]: Esto también es importante recuperarlo para tu análisis.

utilidades, ya que los clientes preferían recolectar botellas e intercambiarlas a comprar sus productos.

Después de un periodo de prueba y error, nuestra informante nos cuenta que lograron idear un mejor método para implementar exitosamente la estrategia del plan de recompensas:

“Hoy lo que hacemos es: tú me traes si quieres 10,000 botellas, pero no te las voy a comprar, te las voy a anotar en una tarjetita y cuando tu compres algo de la tienda te hago un descuento en el producto que tú te compres ¿Cuánto descuento? Depende de la pieza y de cuantas botellas hayas traído” (Raquel, comunicación personal, 2021).

La principal vendedora de Hecho en Babu la, Raquel, nos platica que actualmente el mayor porcentaje que otorga es un descuento a precio de mayoreo, que es el importe que cobraría por la venta de los productos en cantidades mayores, lo cual equivale a \$1.00 por cada botella.

Por otro lado, como se mencionó antes, Hecho en Babu también obtiene materia prima por medio de alianzas con algunos hoteles y restaurantes de Tequisquiapan. Estas empresas juntan sus botellas y se las donan a la marca cada semana, a cambio la empresa les proporciona un reconocimiento que demuestra su participación en las labores sustentables.

Conforme ha pasado el tiempo, la empresa ha ido aceptando otras presentaciones del vidrio, en un inicio únicamente recolectaban botellas de vino y licores, después aceptaron frascos y botellas de perfumes, posteriormente, la insistencia de sus clientes les llevó a aceptar todo tipo de presentación de este recurso, no obstante y según lo que nos relatan nuestros informantes, las botellas y frascos de color transparente pagan para que las lleven a reciclar.

Llevar materiales a un centro de acopio también resulta caro (Raquel, comunicación personal, 2021), por lo que podríamos pensar que esta actividad atiende más a un sentido de responsabilidad social que, a la búsqueda de un retorno de inversión. Hasta la fecha, el único envase que no reciben es el de cerveza, por un lado este vidrio es más delgado y por otro es lado es de los más abundantes, las bodegas de la empresa no tienen la capacidad para almacenar, el número de botellas que representaría aceptarlos.

La recopilación de botellas, representa solo la primera fase para dar inicio a distintos procedimientos que lleva a cabo *Hecho en Babu*. Para comprender mejor la logística interna de la microempresa y para efectos de la presente investigación, se clasificaron los procesos en: esencial y particulares. Los cuales describiremos a continuación

Proceso Esencial

Iniciaremos explicando las etapas que, componen al proceso esencial dentro del taller de *Hecho en Babu*; las prácticas que conciernen a esta fase, son responsabilidad de dos operarios: Arturo y Gabriel. Dos primos con los que lleva trabajando la Sra. Azucena, desde la consolidación de *Hecho en Babu* en Tequisquiapan.

Gabriel, en su narrativa cuenta el proceso básico del taller, que abarca desde que llegan las botellas de vidrio, hasta el momento en que están listas para utilizarse. Normalmente los fines de semana, son cuando *Casa Malaki* envía las botellas recolectadas al taller de *Hecho en babu*; lo primero que hacen Gabriel o Arturo según sea el caso, es separarlas por color y figura, así como por su objetivo: las botellas que van a ser cortadas y las que van a ser guardadas.

Tanto las botellas que se van a almacenar como las que se van a cortar, se les tiene que quitar el gotero que traen de fábrica, “quitar las canicas (con cúter o con desarmador) es lo que más chamba lleva y lo más riesgoso por la dureza del plástico” (Gabriel, comunicación personal, 2021).

El siguiente paso después de retirar el dosificador, es continuar con el proceso de lavado, esta es una fase en la que se invierte de cuatro días a una semana, lo que se busca es que la etiqueta se desprenda fácilmente; este procedimiento se lleva a cabo sumergiendo la mayor cantidad de botellas, en una tina de aproximadamente 100 litros. Las etiquetas se remueven una por una con navaja, posteriormente se dejan secar todas las botellas, para más adelante almacenarlas en la bodega.

Las botellas que en ese momento no se van a cortar, ya sea porque son botellas inusuales o por otro motivo, también se almacenan, estas a su vez, son clasificadas según el tipo de corte que se les vaya a aplicar y la máquina que se vaya a requerir.

El taller cuenta con dos máquinas, las cuales cortan a base de una punta de diamante, la diferencia radica en que la primera corta con agua y se obtienen cortes diagonales u horizontales, mientras que la segunda utiliza gas y realiza cortes circulares. Cabe mencionar que, toda la merma de vidrio -botellas rotas o pedacería- que se genera durante su corte, es guardada para trabajarla con ciertas técnicas.

Lo siguiente en el proceso esencial es, cortar las botellas que se eligieron para ello y lijarlas, este proceso dura un máximo de 15 minutos por botella y consiste en, cortar la botella de la base a su tronco, a la altura de un vaso, la parte superior se corta en aros de diferentes tamaños, estos son utilizados en la elaboración de piezas.

Gabriel y Arturo, se encargan de elaborar un gran porcentaje de los artículos de *Hecho en Babu*, ellos crean una determinada cantidad de productos de la línea de mesa, de la cual hablaremos más adelante, como vasos o terrarios y los almacenan en la bodega. La cantidad de stock que requiera el taller, es correlacionar al número de pedidos que tengan pendientes, “cuando la chamba está tranquila nos venimos y cortamos medio día y lo que saques. No sé, hay días

que sacamos alrededor de 500 piezas” (Gabriel, comunicación personal, 2021). Por último, Raquel acude al taller para surtir su tienda.

Procesos particulares

Hablando específicamente de piezas elaboradas con vidrio reciclado de las botellas, una vez concluido el proceso explicado párrafos arriba, el material es nuevamente clasificado y guardado o enviado al área que lo utilizará. Ejemplo del proceso anterior, o anterior, puede ser en la elaboración de un vitral, un pedido especial o una lámpara a base de botellas.

Los roles de trabajo dentro del taller están muy definidos, por lo que cada área tiene sus procesos particulares y únicos, de los cuales son responsables los encargados de cada área. La Sra. Azucena se dedica a realizar los vitrales, Erika, se dedica a las técnicas de calor como esmaltes o fusionados, a la vez, de que continúa experimentando con estas; Arturo y Gabriel, como se describió en el apartado anterior, se dedican a realizar el proceso esencial y piezas de la línea de mesa, mientras que Raquel, recordemos que ella se encuentra trabajando como enlace, entre *Casa Malaki*, su tienda, y *Hecho en Babu*, así como contacto entre los clientes y *Hecho en Babu*.

A continuación y a modo de ejemplo de describirá únicamente, el proceso que se lleva a cabo en un pedido especial:

En repetidas ocasiones, llegan a *Casa Malaki* compradores que, desean replicar un artículo que vieron en internet o tienen una idea muy específica, de lo que quieren. En estos casos, detallan las características de la pieza a Raquel y ella les da un precio, así como tiempo máximo de espera.

Después, nuestra informante clave lleva la información con Arturo, quien es su mano derecha en pedidos especiales (Raquel, comunicación personal, 2021), y juntos realizan el proceso creativo, con la finalidad de materializar el diseño con base en los recursos que la empresa maneja, posteriormente se revisan detalles

de la estructura, colores, piezas y grabado, para dar inicio a la elaboración del producto. Después de que se lleva a cabo, nuevamente Raquel, revisa la calidad y funcionalidad de la pieza.

Puesto que la empresa *Hecho en Babu*, ha diversificado en productos y recursos, han clasificado por líneas los artículos que ofrecen. Actualmente la mercancía de *Hecho en Babu*, está dividida en 4 líneas:

- Piezas de línea o de mesa: estos se caracterizan por integrar productos utilitarios, es decir, que cumplen una función específica, sobre todo en la mesa, como su nombre lo indica. En esta línea no se incluyen piezas decorativas. Cuenta con 14 piezas base, de las cual podemos mencionar a los terrarios, saleros, tablas para quesos, vasos, botaneros, palilleros, copas, entre otros.
- Piezas bajo pedido o replicables: son artículos que se tienen en cantidad limitada o no se tienen en stock. Normalmente este tipo de mercancía se elabora bajo pedido. Esta línea está dedicada a peticiones de los clientes que acuden a la tienda y solicitan artículos con características específicas, a veces inspirados en fotografías o imágenes de internet. Dependiendo el tipo de pieza, el proceso puede tardar de dos semanas a un mes.
- Piezas únicas: son colecciones de no más de 10 piezas que no se vuelven a elaborar, sobre todo por el grado de dificultad que implica su fabricación o por el material que las compone. En el último caso, al tratarse, por ejemplo, de materiales reciclados resulta casi imposible replicar las piezas de manera idéntica. No obstante, según la demanda que tenga la serie, una pieza única puede convertirse en una de línea. Cuando esto sucede, únicamente se busca volver más sencillo el proceso o el diseño para poder tener un stock.
- Piezas arquitectónicas o de construcción: para desarrollar trabajos de esta línea, la tienda colabora con arquitectos o ingenieros que buscan incluir en

sus proyectos un sello distintivo. En esta sección no se utiliza únicamente el vidrio de botella, sino que también se incluyen técnicas como el vitral. Las piezas que podemos encontrar en esta línea son biombos, vitromosaicos, murales, ventanales y domos, por mencionar algunos.

Los servicios que ofrece *Hecho en Babu*:

- Venta y postventa de los productos de Hecho en Babu, instalación de lámparas o vitrales, etc.
- Talleres de técnicas artísticas básicas.
- Recorrido del Taller.
- Cata de vidrio: conversatorio sobre técnicas y obras en vidrio.

(Raquel, comunicación personal, 2021)

Alianzas

Como pudimos analizar en el apartado teórico conceptual, los beneficios que tiene una microempresa, en comparación con las grandes industrias, son su capacidad de adaptación a los distintos escenarios y exigencias de sus clientes, así como la facilidad de introducir nuevos productos a su mercado, no obstante, una de las cualidades más importantes dentro de una microempresa, es su capacidad de formar redes de apoyo locales.

“Las redes constituyen una de las herramientas más importantes de las microempresas en la medida en que les sirven para la transferencia de tecnología, el acceso a materias primas o traspaso de información”. (Santos y de De Gortari, 2010). Las redes sociales que han forjado los intriganes de *Hecho en Babu*, les han abierto las puertas al desarrollo de nuevas líneas de productos, penetración en otros nichos de mercado y en la diversificación de su mercancía, es decir, el crecimiento de esta empresa se ha correlacionado directamente con la capacidad de generar redes, por parte de la familia Moreno Basante.

Algunas de las colaboraciones que ha realizado *Hecho en Babu*, fueron con comerciantes locales, que tuvieron un primer acercamiento con la tienda de Raquel, por ejemplo, colaboran con una chica emprendedora dedicada a la elaboración de bisutería fina, en este caso, *Hecho en Babu* le proporciona piezas de vidrio que ella introduce en sus piezas, produciendo hermosas joyas de vidrio horneado, en el mismo sentido, la microempresa familiar generó alianzas con artesanos de la región, que trabajan el mimbre, uniendo este material con su vidrio de botella, crearon una colección única de joyería artesanal.

Sin duda, una de las alianzas más importantes para *Hecho en Babu* es la que se ha forjado con *Casa Malaki*, esta última microempresa, ha ayudado a impulsar las ventas y a captar nuevos clientes para el taller familiar. Raquel, como dueña de *Casa Malaki* y como parte de la familia, que integra *Hecho en Babu*, se ha comprometido con el crecimiento de ambas empresas.

Algo de particular importancia, para tener una perspectiva panorama completo de la investigación, es comprender que *Hecho en Babu* y *Casa Malaki* tienen más que un nexo comercial, ambos comparten un mismo contexto sociohistórico, así como el lazo familiar, por lo que se consideró que para comprender el estudio de caso de *Hecho en Babu* y la Sra. Azucena –su creadora– de forma holística, es clave observar y analizar el caso de *Casa Malaki* y Raquel, puesto que ambos personajes, han jugado un papel crucial en el crecimiento y supervivencia de *Hecho en Babu*.

4.4 De Raquel ha Casa Malaki

Raquel es una mujer madura, de no más de treinta y siete años, vive con su hijo de diez y seis años y en la búsqueda de crear un patrimonio, para ella y para su hijo, en 2012 ellos se mudaron a vivir de la Ciudad De México a Tequisquiapan, lugar en el que Raquel pudo abrir su propia tienda de artesanías: *Casa Malaki*.

El nombre de Casa Malaki tiene dos significados; de acuerdo con el Ortiz (2004) en el libro Léxico Hebrero-Español (2004) [Mal'ak] se traduce como mensajero o ángel (p. 80) mientras que en García (2007) en el Diccionario Totonaco-Español Malaki significa “abrir” (p. 214).

Las traducciones, podrían brindarnos algunas pistas interpretativas, acerca de lo que representa *Casa Malaki* para Raquel; posiblemente una sede en la que se busca tejer redes de apoyo entre emprendedores y/o artesanos. Durante las entrevistas realizadas en trabajo de campo, nuestra informante clave, hace referencia al término de “casa” dentro de *Casa Malaki*, como una referencia a la morada que abre sus puertas, para servir a quien así lo requiera.

Casa Malaki es, una marca Queretana que inicia como un proyecto personal de Raquel Moreno, y que hoy en día se ha planteado como objetivo, crear una sede que sirva como foro de ventas, para artesanos mexicanos que no puedan pagar un local, convertirse en una “casa” que fomente redes de apoyo, entre productores artesanos.

Casa Malaki, contaba con dos tiendas físicas hasta septiembre del 2021 una en Tequisquiapan y la otra en Ezequiel Montes, a mitad de la pandemia por COVID-19, el establecimiento ubicado en el municipio de Tequisquiapan fue cerrado definitivamente, no obstante, hoy día permanece abierto el segundo local, situado en la localidad de Bernal.

El periodo de trabajo de campo de esta investigación, se realizó justo unos meses antes de que se cerrara el local de *Casa Malaki* en Tequisquiapan, por lo que también incluiremos los datos recabados en ese espacio, en la descripción, análisis y conclusiones de este estudio.

En el 2014, Erika, hermana de Raquel, se muda con ella y es cuando comienzan a desarrollar productos para el hogar, con el vidrio de botellas

recicladas. A partir de lo anterior, nuestra informante clave y su hermana, incrementan la línea de productos del catálogo de *Hecho en Babu*.

No tardo mucho tiempo, para que *Casa Malaki* creciera y tuviera la necesidad de mudarse a un local más amplio, lo cual a su vez, permitió incluir y comenzar a vender, las piezas elaboradas por la marca *Hecho en Babu*. Esta decisión señaló el rumbo de la tienda de Raquel, a la vez de que representa un hito en su historia, ya que hasta que la tienda, incluyó mercancía de otros artesanos, fue que se consolidó como *Casa Malaki*.

En la actualidad, *Casa Malaki* vende los productos, de poco más de 10 artesanos, Raquel sigue elaborando y vendiendo su línea de jabones artesanales, también continúa tejiendo redes, para tener mayor oportunidad de generar colaboraciones con otros artistas o emprendedores y continúa trabajando como integrante de *Hecho en Babu*.

Para una comprensión completa del caso, se creyó conveniente incluir la carrera que ha generado Raquel dentro de *Hecho en Babu*, puesto que gran parte de sus conocimientos, fueron adquiridos en la experiencia generada con esta empresa, así como el hecho de que Raquel continúa colaborando con ella, ya que su trabajo se ha vuelto un pilar indispensable en el sostén de *Hecho en Babu*. Esta última afirmación la revisaremos en los párrafos siguientes.

Raquel, al ser el nexo directo con su proveedora principal *Hecho en Babu*, semanalmente se encarga de abastecer su tienda, directamente en el taller, también se encarga de comunicarle a Arturo y Gabriel las ideas que tienen los clientes en cuestión de diseño. En este caso tanto para *Casa malaki* como para *Hecho en Babu*, el que exista un único contacto entre el cliente y las empresas, simplifica por mucho este proceso tan importante, que es el desarrollo de nuevos productos.

Como consecuencia de lo anterior, Raquel se ha convertido en la principal vendedora de *Hecho en Babu*, lo cual resulta una ventaja, al considerar que ella tiene un pleno conocimiento, en las técnicas artísticas que manejan y tiene experiencia en la instalación de piezas, lo que le permite aconsejar a sus clientes en la elección e instalación de obras, basadas en su tamaño o diseño.

La experiencia de Raquel, también le permite asesorar a sus clientes en cuanto a la estructura que requiere cada pieza, evitando así futuros disgustos por parte de sus compradores. Al mismo tiempo, la empresa minimiza el número de reclamos, devoluciones o malas recomendaciones. Este punto es importante sobre todo cuando nos referimos a piezas de grandes dimensiones, como biombos, lámparas o vitrales. Todo este proceso de venta personalizada, representa una ventaja competitiva para ambas empresas.

Hecho en Babu por su parte, ha creado estrategias que le permitan estar en comunicación directa con sus clientes, como, talleres de técnicas básicas o recorridos por el taller; dichas dinámicas, en su mayoría de veces, Raquel se encarga de promoverlas mediante su tienda o en redes sociales, así como de generar redes de apoyo externas, con otros artesanos, por ejemplo, ella ha creado como estrategia, la organización de Bazares dentro de *Casa Malaki*; de este modo logra un primer acercamiento con otros artistas, con los que más tarde, *Hecho en Babu* o *Casa Malaki*, pueden desarrollar proyectos colaborativos.

Como pudimos analizar, el trabajo que lleva a cabo Raquel, ha tenido consecuencias positivas para *Hecho en Babu* y para *Casa Malaki*, áreas tan distantes como servicio al cliente y el taller de vidrio, no tienen barreras comunicativas, puesto que solo una persona es el enlace; posiblemente esta característica ha sido uno de los factores que más ha tenido influencia en su desarrollo comercial. Recordemos que dentro del marketing, entender las necesidades de nuestros clientes y tener un vínculo cercano con ellos, son objetivos que debería de priorizar toda marca.

A continuación, narraremos la descripción de los locales de *Casa Malaki*, realizada durante el trabajo de campo, esto con la finalidad de tener un panorama claro de las instalaciones, así como del contexto demográfico y geográfico en el que interactúan *Hecho en Babu* y *Casa Malaki*, factores muy importantes, dentro del análisis de esta investigación.

Contexto territorial

El primer local de *Casa Malaki* se encontraba en la localidad de Tequisquiapan, un municipio a 160 km. de la Cd. De México y a 55 km. de la capital de Querétaro. El trayecto a este municipio se compone de diferentes paisajes, en donde se pueden observar campos agrícolas, áreas verdes, parques industriales, paradores turísticos, así como los servicios más habituales en las carreteras: gasolineras, hoteles y moteles.

Este territorio colinda al norte con los municipios de Colón y Ezequiel Montes; al este con el municipio de Ezequiel Montes y el estado de Hidalgo; al sur con el municipio de San Juan de Río; y al oeste con los municipios de San Juan del Río, Pedro Escobedo y El Marqués.

Tequisquiapan ocupa el 3.2% de la superficie del Estado de Querétaro, cuenta con 179 localidades y tiene una población total de 72,201 habitantes hasta el 2020. El clima de este municipio es semiseco templado y semiseco semicálido, su rango de temperatura oscila entre los 14° y 20°C.

Las principales actividades económicas en este territorio son el turismo, la agricultura y el sector pecuario, sin embargo, la localidad también alberga a mineros de ópalo, artesanos y productores de vino y queso.



Fuente: INAFED, 2017

El local de Casa Malaki en Tequisquiapan se encontraba dentro de una plaza comercial “Plaza Centenario”, ubicada en la Carretera Federal 120 San Juan del Río - Jalpan de Serra. Para llegar desde la capital de Querétaro al establecimiento, se debe tomar la Carretera México 45 y posteriormente la desviación a la Carretera Querétaro - Tequisquiapan.

La Plaza Centenario destaca por el color melón en sus paredes y el estilo rustico con el que fue construida, las instalaciones se alargan de la esquina de la calle Nogal a la esquina de La Carretera Federal; algunos locales se encuentran a pie de calle, y otros se encuentran alrededor del estacionamiento, rodeados por una barda que permite el acceso a los carros mediante dos plumas.

El local *Casa Malaki*, se encontraba en la segunda entrada del estacionamiento, pasando las plumas que dan acceso a este, en la esquina izquierda de la plaza, un local bastante visible para peatones y automóviles.

Descripción del local: Tequisquiapan

El local se encontraba aproximadamente un metro y medio arriba del suelo, se podía acceder por unos escalones de madera, que conducían a un pasillo con barandal, el cual no era parte de la tienda, era de uso común para la plaza, no obstante, al ser *Casa Malaki*, el primer local de la plaza, el corredor era aprovechado para colocar sillas, mesas y artículos en exhibición. Enfrente y paralela a este pasillo, se encontraba la tienda.

La zona del estacionamiento designada para *Casa Malaki*, también era utilizada, se tenía colocado un estante blanco de madera, pegado a la barda, en el cual, se exhibía una gran cantidad de objetos a la venta, en su mayoría eran hechos con vidrio, algunas piezas que se podían observar eran: Terrarios, tablas de queso, móviles de atrapasueños, jarrones, vasos, todos elaborados con vidrio de botella, por otro lado también se podían ver jabones, inciensos, velas, y algunas libretas.

El local, tiene aproximadamente una profundidad de 5 metros, por un ancho de 4 m y una altura de 5 m. El suelo es de concreto, las paredes son blancas y del techo cuelgan más de 8 lámparas, 3 de ellas se asemejan a candelabros, la mayoría de estas, también están hechas de botellas de vidrio.

A la izquierda del lugar, se halla un espacio de aproximadamente 2 m de largo por 2 m de ancho, adaptado para ser una pequeña cafetería, fruto de una colaboración entre *Casa malaki* y un emprendedor local. La zona de la cafetería, en línea con la pared, se integra por una tarja, un anaquel con utensilios e ingredientes propios de esta actividad, así como una mesa de metal sobre la que descansa, una máquina para hacer capuchino y distintos métodos de elaboración para café como: dos prensas francesas, una italiana, una jarra con cuello de ganso y algunas tazas de cerámica. Enfrente y paralela a esta la línea de muebles y accesorios, se encuentra una mesa larga y dos sillas altas para tomar el café.

A parte del espacio de la cafetería, las paredes restantes se encuentran ocupadas por anaqueles y vitrinas que contienen los artículos que están a la venta. Estos estantes, son todos de diferentes tamaños y diseños, algunos son de madera, de metal o de vidrio y la mayoría es de color blanco, a excepción del mostrador color madera que, se encuentra justo en medio del local. En la parte superior de las paredes, arriba de los estantes, se encontraban colgados cuadros, vitrales y vitromosaicos que también se estaban a la venta.

Al fondo del local, en la esquina izquierda, se halla una estrecha escalera de madera blanca, la cual daba acceso a un tapanco igual de madera que, abarca aproximadamente una tercera parte del largo del comercio. Al subir a este segundo piso, se observan sillones hechos con maletas antiguas, más lámparas, espejos, mesas y demás piezas elaboradas con vidrio de botella. El barandal de este piso estaba elaborado con cuerda y corchos de vino.



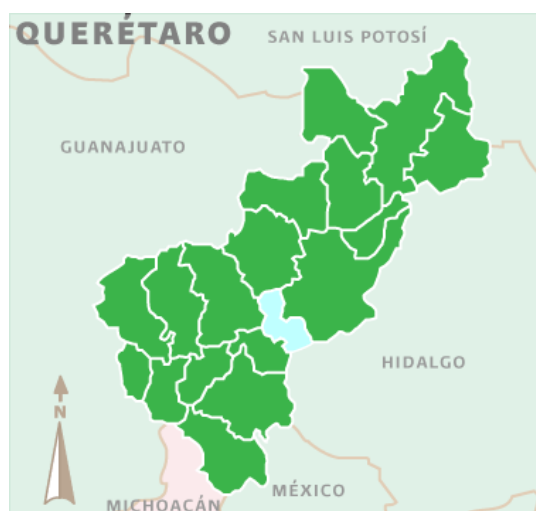
Fuente: Fotografía recuperada en Facebook de Casa Malaki

Los productos que pudimos observar, no eran únicamente de la marca *Hecho en Babu* o *Casa Malaki*, también se podía encontrar bisutería, como: anillos, collares, aretes o productos de belleza como: jabones, esencias, maquillaje natural y algunas plantas y macetas de otros artesanos y emprendedores de la región.

Contexto territorial: Ezequiel Montes

El municipio de Ezequiel Montes representa el 2.4% de la superficie total del estado de Querétaro, esta región colinda al norte con los municipios de Tolimán y Cadereyta de Montes, al este con Cadereyta de Montes, al sur con el estado de Hidalgo y el municipio de Tequisquiapan y al oeste con los municipios de Tequisquiapan y Colón.

Ezequiel Montes, contaba con una población de 45, 141 personas hasta el 2020. En el 2010, contaba con 131 localidades según datos de SEDESOL, las principales localidades son: Villa Progreso, Bernal, Ciervo, San José del Jagüey, Tunas Blancas y Jagüey el grande.



Fuente: INAFED, 2017

El clima que presenta la región es de tipo semiseco, se han registrado temperaturas de hasta 36° en primavera y de 0° e invierno, no obstante, pese a ser una zona cálida, el bosque representa un 7.43% de la superficie del territorio, donde principalmente se encuentra encino prieto.

Las principales actividades económicas de esta región son la ganadería, sobresaliendo la engorda de ganado bovino, Ezequiel Montes abastece el 90% de la producción de carne de Querétaro. Otras actividades indispensables para su economía son la agricultura del maíz, sorgo, cebada y alfalfa, así como la industria, el turismo y empresas viticultoras.

En el caso de Ezequiel Montes, *Casa Malaki* se encuentra ubicada específicamente en la localidad de Bernal, dicha zona contaba con 3,965 habitantes hasta el 2010, de sus principales actividades económicas podemos mencionar la cría de animales, la elaboración de artesanías y el turismo. Este último, en su mayoría originado por el del tercer monolito más grande del mundo, conocido como La Peña de Bernal

El local *Casa malaki* se halla sobre la calle Corregidora #31, a un lado del hotel Casa Cabrera, la vía donde se encuentran el local, destaca por ser una calle con pendiente pronunciada, que en fines de semana se muestra colmada de puestos ambulantes y fijos, así como de turistas. La tienda cuenta con una excelente ubicación puesto que la calle donde se encuentra, es la misma que se utiliza para llegar al monolito.

Descripción del local: Pueblo de Bernal

El local mide aproximadamente 4 metros de largo por 4 metro de ancho, tiene una entrada amplia, la cual abarca la mayor parte de la pared frontal. Al entrar al negocio, lo primero que se observa en la pared del fondo, es una pieza de vitromosaico con la representación de la Peña de Bernal, se compone del monolito y en su base, seis nopales y un cactus.

La pieza de la Peña, como coloquialmente se le llama, en vitromosaico, está elaborada con pequeños trozos de vidrio horneado, incluyendo colores como verde, amarillo y ámbar en diferentes tonalidades. Tomando como referencia la

pared donde se ubica el mural, este debe medir alrededor de un metro de largo por dos metros de ancho.

Dentro del establecimiento, de lado derecho se observa un mostrador blanco de aproximadamente un metro y medio de alto, hecho de madera, este exhibe productos elaborados por *Hecho en Babu* y otros artesanos. Detrás del mostrador, se puede observar un anaquel blanco, también de madera, el cual contiene en la parte superior juegos de vasos, tarros y caballitos, elaborados con botellas de vidrios de diferentes colores, en un segundo nivel del anaquel, se pueden observar botellas de vidrio horneadas, con la finalidad de utilizarse como tablas de quesos.

Enfrente del mostrador, en la pared lateral izquierda, se encuentran colgados otros productos sobre todo de bisutería, inciensos y accesorios elaborados con vidrio, como: corazones, crucifijos y espejos.



Fuente: Fotografía recuperada en Facebook de Casa Malaki

Productos

Como ya se mencionó anteriormente, la tienda *Casa Malaki* maneja productos de distintos artesanos, bajo el concepto de concesión, gracias a este, la empresa puede ofrecer constantemente productos diferentes e innovadores, a sus consumidores. Una de las principales aportaciones, que busca generar *Casa Malaki* con esta acción, es preservar la artesanía mexicana, revalorarla e incluirla nuevamente en el mercado local.

Para tener una idea clara, de las piezas y variedad que ofrece *Casa Malaki*, se hizo un recopilado de las marcas y los artículos, que se vendían en la tienda al momento de realizar trabajo de campo, periodo de marzo a octubre del 2021. Toda la mercancía mantiene la marca original de cada artesano.

Hecho en Babu: Artículos hechos con vidrio o vidrio de botella reciclada
Syntyque: Jabones artesanales
Chiwe: Productos elaborados con cuero como carteras, aretes, libretas, etc.
Flores naturales: bisutería de diseño mexicano
Aitana: cosméticos naturales, jabones artesanales y aceites para masajes
Sin marca: Bisutería fina
Sin marca: Piezas en vidrio soplado
Ferylu: Material impreso personalizado, como libretas
Yoot: Incienso artesanal
Sin marca: Bolsas de mano

Sin marca: mesas de centro
Sin marca: Playeras
Casa Malaki: La tienda también tiene su propia línea de productos, elabora jabones artesanales, cremas y shampoos

Casa Malaki contaba con dos segmentos muy marcados: el local y el turismo. Por un lado, en la tienda de Tequisquiapan se perseguían los objetivos de fomentar la cultura, de darle un mercado artesanal a la gente local de esa región. Vender al turismo no era un objetivo como tal, sin embargo, la empresa observó demanda por parte de este sector (Raquel, comunicación personal, 2021). Mientras que el local de *Casa Malaki* en Bernal, estaba dirigida totalmente hacia el turismo.

Respecto a *Casa Malaki* Tequisquiapan, atender un mercado local, representaba una cercanía con el cliente, lo cual vuelve más fácil la generación de vínculos y consumidores leales, no obstante, es importante escuchar con atención las necesidades de sus clientes, puesto que hablamos de un mercado limitado.

Para terminar de analizar el caso en su totalidad, a continuación se narraran brevemente, datos que aporten pistas acerca del contexto sociocultural de ambos pueblos –Tequisquiapan y Bernal-, lo cual resulta importante, para comprender ciertos hábitos y decisiones, por parte de *Casa Malaki* y *Hecho en Babu*.

En Tequisquiapan, el comercio artesanal y los viñedos, aunado a su nombramiento como Pueblo Mágico en el 2012, influyeron en la percepción colectiva acerca de esta zona. Siendo Tequisquiapan un municipio demarcado principalmente por espacio rural, a partir de la suma de los factores anteriores, se convierte también en un espacio generador de servicios y mercancía, con un valor diferenciador, así como de significados positivos (López y Thomé, 2015).

En el pueblo mágico de Tequisquiapan, se pueden observar en su mayoría locales dedicados a la venta de artesanías, comida orgánica, cosmética natural y restaurantes. En este panorama mercantil, de nuevas opciones y cada vez más conscientes, *Casa Malaki* se integra perfectamente a esta identidad local, ofreciendo artesanías innovadoras, realizadas con valoradas técnicas artísticas, que son adaptadas mediante estrategias productivas sustentables.

Por otro lado, tenemos la tienda de Bernal, la cual como ya sabemos, cubre las necesidades de un segmento turístico. Algunas características importantes de esta localidad son que, al igual que la anterior, se trata de un pueblo mágico, motivo de visita para una gran cantidad de turistas, en este caso en su mayoría jóvenes de 26 a 35 años (Nazifh, 2012), lo cual origina el particular ambiente festivo, los fines de semana, en las calles de esta localidad.

Las características mencionadas en los párrafos previos, nos hablan de importantes factores, que han tenido que considerar *Casa Malaki* y *Hecho en Babu*, en su toma de decisiones. Por ejemplo, *Casa Malaki* Bernal, únicamente abre las puertas al público los días sábado y domingo, por la afluencia de gente en esos días y la carencia de la misma en días hábiles. Por su parte, *Hecho en Babu* detectó que los productos que más solicitan los turistas, son souvenirs, los cuales indiquen su viaje o detalles que puedan regalar a su círculo social, por lo que la empresa creó artículos como imanes, bisutería, vasos micheleros y terrarios, que pueden ser fácilmente convertidos en souvenirs.

Para finalizar, es relevante mencionar que un aspecto importante, en esta trama social, fue la importancia de que los integrantes de ambas empresas, supieron leer el contexto y lo atendieron. Esto último, dio la oportunidad a *Casa Malaki* y *Hecho en Babu*, de adaptarse a su entorno y con ello a su mercado.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Introducción

En el capítulo II, en el marco conceptual de la presente investigación, se nos brindó un amplio panorama acerca del concepto de sustentabilidad y que implica un desarrollo sustentable; como bien analizamos, se trata de un concepto que alude al equilibrio de todos los aspectos de un sistema, lo cual implica una participación activa, por parte de quienes integran al sistema.

Por ejemplo, en el caso de la sociedad como un sistema, este se compone principalmente de cuatro aspectos fundamentales en su estructura: sociedad, cultura, ecología y económica; al crear un plan de desarrollo social dentro de una nación, estos cuatro factores deberían de ser tomados en cuenta por igual, para mantener en equilibrio en el sistema, no obstante, en nuestro caso, hemos generado un desequilibrio sin precedentes en los cuatro factores básicos de la sociedad, a raíz de priorizar solo uno, el crecimiento económico.

Como ya hemos visto, la desigualdad social, la pérdida de identidad cultural, las crisis ambientales y económicas, que estamos viviendo, nos permiten dar cuenta de la inestabilidad y desequilibrio que, los humanos hemos ocasionado en aras de un desarrollo.

El desarrollo sustentable, surge como una propuesta a la alternativa de un desarrollo capitalista, plantea que las acciones que se lleven a cabo dentro de uno de estos cuatro factores (ver figura 2), van a repercutir en todo el sistema, por lo que tomar decisiones conscientes y justas en cada en cada sector, podría generar un verdadero desarrollo dentro de una sociedad (ver figura 2).

Figura 2.



Esta visión, ya ha comenzado a ser implementada por empresas, sobre todo por empresas locales, las cuales se han permitido tener una visión integral, de la sociedad a la que pertenecen y con ello, una mayor consciencia de las repercusiones que generaran sus decisiones, en su sociedad, en su cultura y en sus ecosistemas. Es por lo anterior, que cada vez más empresas, sobre todo del segmento microempresa, implementan principios y estrategias sustentables dentro de ellas.

Puesto que el principal objetivo de la sustentabilidad, dentro de una empresa, es incluir estos cuatro aspectos sociales (ver figura 1), como base para una toma de decisiones responsable, es de esperarse que se tengan que desarrollar estrategias sustentables específicas, para cada empresa de acuerdo a su contexto territorial y sociocultural.

Desde esta visión, podríamos decir que la viabilidad o éxito de la sustentabilidad, podría medirse según la contribución al equilibrio o desequilibrio, que genere una empresa en su localidad. Bajo esta lógica, es desde donde se pretender analizar el caso de estudio de la presente investigación.

Este capítulo, muestra los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo realizado con Hecho en Babu y Casa Malaki, dos empresas vinculadas por un lazo familiar y comercial, que destacan por tener un sentido de responsabilidad, hacia aspectos que hoy día podrían ser considerados como sustentables.

5.1 Análisis y descripción de las características que convierten en sustentable a las microempresas: Hecho en Babu y Casa Malaki

5.1.2 Sentido de responsabilidad por preservar los conocimientos locales

Cómo pudimos darnos cuenta en el capítulo etnográfico, los conocimientos que posee la familia Moreno Basante, han sido la base de su éxito, lo que ha generado un sentido de responsabilidad hacia ellos. Algo que se pudo observar durante el trabajo de campo, es que el núcleo familiar que compone a *Casa Malaki* y *Hecho en Babu*, consideran importante compartir los conocimientos que tienen a fin de preservarlos.

Actualmente Hecho en Babu maneja más de 10 técnicas artísticas en vidrio, las cuales no solo representan una expresión cultural, sino que también pueden ser consideradas como parte de un patrimonio cultural inmaterial, el valor de estas expresiones culturales radica en la riqueza de sus conocimientos (UNESCO, 2003, como se citó en Parraga, Illescas y Bastidas, 2021).

Actualmente, ya hay técnicas artesanales en vidrio, que se han dejado de practicar en México (Raquel, comunicación personal, 2021). Este tipo de conocimientos, viven en el tiempo como un legado que se trasmite entre generaciones, no obstante, su temporalidad está determinada por su misma localidad; al dejar de practicar y de enseñar un conocimiento, este se perderá.

El valor económico que tienen las prácticas artesanales, es superado por su valor cultural, ya que representa una parte de la identidad de una sociedad. Los artesanos como símbolo de este legado, son un pilar irremplazable en la

conservación de la cultura de una zona, no obstante, el interés por su labor disminuyó radicalmente a partir del nacimiento de una sociedad altamente consumista, lo que trajo consigo la pérdida de importantes conocimientos locales; un efecto colateral de nuestras sociedades altamente globalizadas.

La familia Moreno Basante, ya ha desarrollado estrategias que buscan preservar y transmitir su conocimiento, mostrar su trabajo, fomentar el interés por estas prácticas y revalorar a la artesanía mexicana. En el caso de Hecho en Babu, si bien las técnicas utilizadas por sus colaboradores no son propias de la región de Tequisquiapan, ya han pasado a formar parte de la identidad de su localidad, por las relaciones que han construido, las redes que han tejido y la responsabilidad social que han mostrado.

Como resultado del vínculo que existe entre Hecho en Babu y Casa Malaki, Raquel, gracias a su tienda, se encarga de promover visitas al taller de su familia, que es donde se le explica al público, el proceso para integrar una botella de vidrio, al ciclo de vida de un nuevo producto. Otra acción que lleva a cabo la empresa, es que dentro de lo posible, pero, de manera constante, *Hecho en Babu* desarrolla talleres y cursos, dónde se enseñan las técnicas artísticas básicas en vidrio, a todo público.

Una interesante estrategia que idearon ambas empresas, fue un conversatorio llamado “Cata de Vidrio”, una cena planeada para compartir conocimientos, obras y experiencia, un espacio de reflexión para público en general, artesanos y artistas, Raquel nos menciona al respecto:

“La cata de vidrio se trata de eso, queremos contarle a todos de las técnicas que trabajamos, de las técnicas de vidrio que ya no existen, que ya los maestros vidrieros ya se murieron, que ya no se hace el vidrio de pepita en México y ¿por qué?. (Raquel, comunicación personal, 2021).

De manera interna, *Hecho en Babu* también ha comprendido la importancia, de que sus colaboradores aprendan las técnicas que trabaja la empresa, puesto que esto implica no solo la transferencia de información, sino la formación de experiencia y habilidades; lo cual, posiblemente ante la curiosidad artística, resulte en una innovación y adaptación de las técnicas clásicas, las cuales a su vez se mantendrán latentes. Arturo, uno de los chicos que trabaja en el taller, maneja la técnica de Grisalla y se le ha comenzado a capacitar en la de esmaltes.

La familia Moreno Basante, ha considerado factores como la cultura, la sociedad, el medio ambiente y la economía, en el desarrollo de sus empresas. Parte de su crecimiento se basa en, sus conocimientos y en la creación de redes de colaboración entre artesanos y artistas locales, por lo que muestran una sincera preocupación en preservar sus conocimientos y prácticas. Lo anterior, da sentido a que muchas de las propuestas y acciones de parte de la familia, coincidan con varios de los principios de la sustentabilidad.

Hecho en Babu, ha crecido gracias a que tiene un sistema de organización funcional, y a que se ha logrado adaptar a su entorno; sus integrantes han hecho uso de prácticas en tanto tradicionales como modernas, que les ha permitido innovar con sus técnicas artísticas. En la actualidad, su trabajo contribuye a reforzar la identidad cultural, preservar tradiciones locales y conservar los recursos naturales, todo esto, en su mayoría basado en redes sociales y de parentesco (De Gortari y Santos, 2010).

5.1.3 Aprovechamiento al máximo de recursos naturales

Como se explicó en el capítulo anterior, Raquel, junto con su familia, observó una oportunidad en los residuos generados de manera indirecta, por empresas vitivinícolas de la región de Tequisquiapan. El vidrio desechado de las botellas de vino, se convirtió en una de las principales materias primas de *Hecho en Babu*.

Uno de los conceptos utilizados, dentro de la sustentabilidad es el de ecodiseño, este plantea modificar el ciclo de vida de un producto, en un sistema en espiral, en el cual la vida de un artículo no finalicé con la vida útil de este, sino que desde su diseño se planea, la reintegración de sus materiales a un nuevo ciclo de vida, de otro producto o de otro proceso. Un principio básico, que podemos observar de la naturaleza. Si bien, existe el debate de si esta labor debería de ser realizada por la misma empresa creadora del producto, como parte de su responsabilidad hacia la sociedad y el ecosistema, hoy en día muy pocos artículos en el mercado están creados desde esta visión.

Como respuesta a la problemática anterior, pequeñas empresas han aprovechado la reutilización de recursos ya explotados, por otras empresas, para la creación de nuevos productos, un acto comercial creativo y responsable. Incluir los desechos generados indirectamente por grandes compañías a un nuevo ciclo de vida, representa una opción sustentable al sistema de ecodiseño.

En nuestro caso de estudio, *Hecho en Babu* utiliza el vidrio de botellas de perfumes y licores desechadas, como parte de su estrategia productiva. Esta decisión tomada por la familia Moreno Basante, ha representado para la empresa familiar una considerable disminución en la inversión destinada a materias primas, lo que les ha permitido destinar capital al crecimiento del taller.

Desde otro panorama, la decisión de reutilizar el vidrio de botellas, también ha representado un reto diferente para cada miembro de la familia, por ejemplo, el vidrio que ha sido recuperado de las botellas desechadas, no puede ser empleado para todas las técnicas artísticas que la empresa maneja, puesto que sus propiedades y la forma que tiene (de una botella), resulta en un primer obstáculo creativo.

A veces los obstáculos, son los mismos que desencadenan la creatividad, en el caso de los integrantes de la familia Moreno Basante, Raquel narra cómo “al principio para mi mamá, yo creo que también fue un renacimiento como artista,

porque los primeros meses de crear con vidrio de botella ¡no entendía nada!” (Raquel, comunicación personal, 2021).

El concepto de reciclaje lleva implícita a la creatividad, como se mencionó párrafos pasados, la gran mayoría de los productos no están diseñados para ser reutilizados, por lo que se vuelve indispensable la creatividad, para devolver materiales residuales en objetos útiles. En ese sentido, Raquel y su hermana Erika, dejaron impresa su creatividad en la empresa, al aprovechar al máximo los recursos naturales, reintroduciendo recursos explotados por otras empresas, en el proceso de creación de nuevas piezas.

Hoy día la familia Moreno Basante, se observa orgullosa de las creaciones que han llevado a cabo a través de una práctica sustentable, lo anterior se puede evidenciar, en la particular característica de optar por no ocultar la botella dentro de una nueva pieza, por el contrario, *Hecho en Babu* en general busca que sus piezas muestren su esencia, que es donde uno podría pensar que radica la belleza y la diferencia competitiva (ver figura 3 y 4).



Figura 3: Tabla de quesos



Figura 4: Espejo hecho de boquillas

A partir de las imágenes de arriba, podemos comprender que el concepto de reciclaje implica una inversión económica, de energía y de tiempo, como parte de este proceso de transformación. Por ejemplo, la botella horneada de la figura 3 requiere de un horno especial para obtener esa forma, lo cual nos habla de una fuerte inversión económica. Mientras que en la figura 4, las boquillas de diferentes botellas no están únicamente horneadas, también están cortadas y pegadas manualmente, lo que representa un proceso 100% artesanal, con inversión de tiempo, mano de obra y servicios.

Reciclar materiales ya intervenidos por el hombre, significa emplear otro tipo de recursos, pero, sobre todo capital humano, el cual estará dedicado únicamente a esta labor, por ejemplo, *Hecho en Babu* tarda en convertir una botella en materia prima hasta 4 días. Si consideramos, que hay una recuperación de hasta 300 botellas por mes, el tiempo invertido en la limpieza y preparación del vidrio, podría figurar más como una desventaja, sobre todo, sino no se cuenta con mucho personal.

A raíz del limitado personal con el que cuenta *Hecho en Babu y Casa Malaki*, se pudo observar, como se destinan diversas tareas de distintas áreas a cada integrante, en particular podemos observar el caso de Arturo y Gabriel, quienes son operarios en el taller desde sus inicios; por una parte, ellos se encargan de recolectar las botellas donadas por restaurantes u hoteles, limpiar, cortar y a veces hornear el vidrio recién llegado, también producen muchas de las piezas de *Hecho en Babu*, en ocasiones son parte del proceso creativo de nuevos productos y por último, se encargan de explicar sus respectivas zonas de trabajo, al público que acude a los recorridos del taller.

Lo anterior, es un asunto bastante frecuente dentro del segmento de microempresas, puesto que esto es correlacionar a su tamaño y fase en el ciclo de vida de la marca. Es muy común que los integrantes trabajen en más de un área y en ocasiones roten actividades, si bien esto permite un conocimiento integral de la empresa por parte de cada colaborador, también representa un obstáculo en la especialización de trabajo así, como un menor control en las distintas áreas y en sus procesos.

Dentro del taller de *Hecho en Babu*, el tiempo invertido en la limpieza y preparación del vidrio, podría advertirse como una desventaja, por lo que considerar una mano de obra eventual, por horas y dedicada exclusivamente a esta acción, podría permitir la especialización de los operarios en ciertas técnicas o áreas clave, para la continuidad de la empresa.

Como hemos visto, el aprovechamiento al máximo de ciertos recursos naturales, dentro del proceso de producción de *Hecho en Babu*, se ha tratado de un proceso largo y diferente, a lo que estaban acostumbrados a hacer sus integrantes. En esta transición, la visión de la empresa no fue lo único que cambio, los procesos de producción, la toma de decisiones y el material, también fueron alterados, el escenario total de la empresa se había replanteado.

En un inicio, la Sra. Azucena no mostraba mucho optimismo sobre la reutilización de botellas, para la creación de nuevos productos (Raquel, comunicación personal, 2021). Esto posiblemente porque ella, había aprendido a trabajar con el vidrio desde las técnicas artísticas clásicas. Sin embargo, factores como el amor por el vidrio, la región y los recientes conocimientos e ideas, por parte de de una nueva generación, fueron los aspectos que detonaron una evolución artística, con bases sustentables.

5.1.4 Innovación en técnicas artísticas clásicas con recursos reciclados

Como un ejercicio de marketing, al desarrollar una marca, se le tiene que desarrollar una personalidad. En el caso de *Hecho en Babu*, al ser parte de un

sistema familia-empresa, adquirió cualidades y características de los integrantes de la familia. Por un lado, sabemos que la empresa cuenta con los 30 años de experiencia artística de la Sra. Azucena, no obstante, sus hijas y ella misma aportaron otros rasgos ha Hecho en Babu, como por ejemplo, el interés por generar redes de apoyo y colaboraciones como estrategia, o la capacidad de adaptación al contexto y recursos locales.

La primera innovación de una técnica realizada, por los integrantes de *Hecho en Babu*, fue hornear las botellas de vino para obtener productos artesanales utilitarios (ver imagen 3) como vasos, tazas, tablas, copas, por mencionar algunos. Con este tipo de piezas, la familia Moreno amplió su catálogo de productos y se dirigió a nuevos mercados, no obstante, existió un problema, se generaba mucha merma con cada corte de vidrio, se desperdiciaba mucho de este material en fragmentos pequeños, La Sra. Azucena plática:

“Muchos vasos, muchas tablas, pero, tenías un cagadero de vidrio, un cerro de vidrio ¿qué ibas a hacer con el remanente?, y ahí empezamos con los vástagos. Pues a hornear, y vamos a hacer un cuadro con volumen, entonces, pues ahí empezó”. (Azucena, comunicación personal, 2021).

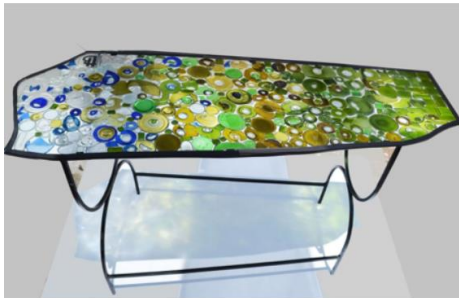
La marca familiar continuo experimentando, llegando a innovar con el vidrio de botella en las técnicas de vitral, vitromosaico y fusionado; con las que han realizado importantes obras y piezas, introduciendo el vidrio reciclado como su sello distintivo. Este tipo de innovaciones, en las que se aprovecha el recurso local o aún mejor, los residuos locales, son prácticas consideradas sustentables, puesto que tienen un efecto positivo en el ecosistema y la sociedad de esa región.

En el caso de *Hecho en Babu*, el tamaño de la empresa, jugó como ventaja al momento de implementar procesos y estrategias nuevas dentro de ella, tal como vimos en el apartado conceptual, de la mano de autores como De Gortari y Santos, (2010), Belausteguigoitia (2003) y Mendoza et al., (2010) la elaboración y

producción en pequeña escala hace mucho más eficiente un proceso de cambios, entre muchas razones, porque que estos cambios no tienen que pasar por largos periodos de revisión y de trámites internos. Sin bien, es cierto que, las hermanas Moreno y la Sra. Azucena, se arriesgaron a innovar con las técnicas artísticas que ya dominaban, afortunadamente, la respuesta que tuvieron fue un nuevo recurso para su empresa, más asequible y el cual les ha permitido mantenerse en el mercado.

Por otro lado, en la tienda de *Casa Malaki*, se pueden apreciar otras piezas elaboradas por *Hecho en Babu*, a parte de las creadas con botella de vidrio, que son únicas, en el sentido de que también son elaboradas con materiales reciclados, como bases para lámparas, marcos de serigrafía o maletas de equipaje antiguas (Ver figura 5-8).

La reutilización de los materiales dentro de *Hecho en Babu*, parece ser un rasgo transmitido de la familia a la empresa, específicamente hablando, una característica heredada de la Sra. Azucena a la empresa, quien como se pudo observar durante el trabajo de campo, es partidaria de minimizar lo más posible los desperdicios de materiales, originando obras en tanto creativas como responsables.



Figura



5.

Mesa de pared

Figura 6. Cuadro de árbol

Figura 7. Lámpara

Figura 8. Sillones de maletas

5.1.5 Permiten la participación de su localidad y fomentan acciones sustentables

Como ya hemos revisado, *Hecho en Babu* requiere de la recuperación de botellas para sostenerse, también sabemos que estas, son recuperadas en su mayoría por terceros, como hoteles, restaurantes o habitantes de la misma localidad, sin embargo, algo más que debemos saber es que, estas actividades aunque parecieran sencillas o mínimas, son las que más han requerido de un constante trabajo con la sociedad, tarea de la que se ha encargado Raquel, por medio de *Casa Malaki*.

Raquel, al ser la conexión de *Hecho en Babu* con algunos de sus consumidores, tiene la responsabilidad de recabar datos acerca de este mercado, y con ayuda de su familia, transformarlos en estrategias. A raíz de este proceso, se hizo notable una problemáticas dentro del sistema de recopilación de botellas, la gente no terminaba de comprender que ellos compraban procesos, no botellas modificadas, por lo que *Hecho en Babu* y *Casa Malaki*, tienen que mostrar constantemente, que ellos venden diseño, tiempo, técnicas, no botellas (Raquel, comunicación personal, 2021). Como respuesta a esta problemática, ambas empresas mexicanas, desarrollar estrategias como recorridos por el taller, o cursos en técnicas artísticas básicas.

El proceso de observar a sus consumidores y desarrollar estrategias, también fue el que desencadenó, introducir a los clientes como participantes dentro del proceso de producción de *Hecho en Babu*; la estrategia era simple: por cada 20 botellas de únicamente vino, se les regala una copa o un botanero. Este plan de recompensas, fue sobreexplotado rápidamente, por personas que llegaban con más de 100 botellas en una sola ida.

Las normas del plan de recompensas, las recompensas en especie y el precio al que se compraba el vidrio, fueron cambiados en varias ocasiones, hasta convertirse en rentable. Esta acción fue muy bien aceptado por la comunidad, tan es así que en los meses más fuertes, se puede observar una entrada de hasta 300 botellas vacías. En la actualidad la dinámica de recompensas por vidrio, se maneja según se muestra en la figura 9.



HECHO EN BABU

ACOPIO DE BOTELLAS

Hazte cómplice de convertir la basura en arte

¿CUÁLES?

VINOS 

LICORES 

PERFUME 

¿CÓMO?

Completas (puede tener la boca rota)

Con etiqueta

Sin etiqueta**

Rotas

Quemadas

Llenas de tierra

Manchadas

¿PARA QUÉ?

¡CÓRTALAS, HORNÉALAS Y TRANSFÓRMALAS!



¡Si la traes reluciendo de limpia, agregamos botellas a tu cuenta!

Ó CANJÉALAS POR DESCUENTOS EN NUESTROS PRODUCTOS



CONTACTO

Whatsapp 414 109 1951

 @hechoenbabu

 @hecho_en_babu

****Cómo se lava la botella?**

- 1 Remoja 24 hrs. en agua con jabón y cloro al 10%
- 2 Remueve la etiqueta o rásjala con una navaja o fibra de metal
- 3 Enjuaga y deja escurrir boca abajo
- 4 Seca y almacena en bolsas, cajas o envuelta en periódico



Figura 9: Proceso para acopio de botellas

Si bien, desde sus inicios *Casa Malaki* supo hacerse del apoyo de habitantes y empresas de su misma localidad, para la recopilación de botellas de vidrio, esta estrategia ha tenido que ser modificada constantemente. Generar interés por acciones sustentables o altruistas, requiere de sembrar relaciones de valor con los habitantes de la zona, así como de mostrar compromiso hacia las acciones que se están llevando a cabo, "para que una campaña de conservación ambiental tenga éxito, las personas necesitan confiar en que el resto del grupo también cooperara" (Corral, 2010, p.97).

Como pudimos revisar en el marco conceptual, el desarrollo sustentable se propone como local, entre muchas razones, porque los habitantes de una zona, son los que saben que es mejor para esa zona. Desde este planteamiento, podríamos pensar que quienes viven en Tequisquiapan, son conscientes del exceso de vidrio que se desecha en esa zona, por lo cual podrían mostrarse abiertos a propuestas que contrarresten sus efectos.

Incluir a los habitantes de la localidad, en la participación de acciones pro ecológicas que les brinde un beneficio mutuo, así como a los ecosistemas de su región, son características que parten de un desarrollo social sustentable, puesto que benefician a todo el sistema social, con esta acción se está generando un impacto positivo en la sociedad, la cultura y el medio ambiente, mediante un sistema de comercio responsable.

Una de las ventajas, que podemos resaltar respecto a las propuestas pro ecológicas en el mercado, es la respuesta que tiene por parte de sus consumidores, tanto *Hecho en Babu* como *Casa Malaki*, han generado vínculos de mayor valor con sus clientes, puesto que no solo aportan sus productos a la

sociedad, sino que también llevan a cabo acciones que muestran un sentido de responsabilidad real, hacia la localidad que habitan y su ecosistema.

Este tipo de acciones genera un lazo muy codiciado por el marketing: la lealtad. Y sucede cuando la gente no solo le compra a una marca, sino que se compromete con esta, puesto que sus valores coinciden y están satisfechos con el servicio y los productos. Este tipo de clientes se comporta más como una red que como un mercado.

5.1.6 Redes de apoyo y alianzas con otros artesanos

Casa Malaki y *Hecho en Babu*, conscientes de que las redes de colaboración son la mejor opción para hacer crecer y dar a conocerse, se dieron a la tarea de sembrar relaciones, con artesanos y artistas de la región, por medio de estrategias como la concesión de sus productos, la creación de bazares, la fusión de materiales para nuevas líneas de productos o al rentar la maquinaria del taller, ambas empresas mexicanas, comenzaron a crear convenios y alianzas, que más se convirtieron en redes de colaboración, que buscan impulsar el comercio local y revalorar a la artesanía mexicana.

Como bien pudimos analizar en el capítulo conceptual, Basaldúa (2005, como se citó en Santos y De Gortari, 2010) proponía a las redes como relaciones, con el objetivo de ayudarse mutuamente, realizar negocios o cualquier actividad de común interés, respecto a nuestro caso de estudio, podemos decir que efectivamente las alianzas y redes de apoyo entre microempresas, han representado un factor de crecimiento para *Hecho en Babu* y *Casa Malaki*.

Un dato interesante para esta investigación, es como *Hecho en Babu* y *Casa Malaki*, poseen características y cualidades propias de los integrantes de la familia Moreno Basante. En cuanto a la Sra. Azucena y Raquel, son personas amables que les gusta platicar y socializar, ellas transmitieron estas cualidades a su respectivas empresas, lo que les ha permitido tejer redes de apoyo sólidas, con otros comerciantes, proveedores y con sus clientes.

Ya que el domicilio en donde se encuentra el taller de *Hecho en Babu*, es a la vez la casa de La. Sra Azucena y el Sr. Jaime, constantemente tienen visitas, sobre todo en fines de semana que es cuando llevan a cabo talleres artísticos. Por lo tanto, pese a que *Hecho en Babu* no tiene contacto directo con su mercado local, al abrir las puertas de su casa a la gente de su localidad, se ha permitido tener un vínculo directo con ellos.

Respecto a *Casa Malaki*, mediante la concesión como su sistema de comercio, esta representa una gran ventaja, puesto que al tener a la venta mercancía de distintos artesanos, constantemente tiene nuevos productos que ofrecer a sus consumidores, no depende de un solo producto o artesano, por lo que reduce riesgos y amplía su cartera de clientes.

Al tratarse de productos hechos a mano, tienen un valor como piezas únicas, características que ha sido analizada y aprovechada por Raquel, quien no duda en ofrecer este atributo como una cualidad y ventaja, de las piezas que vende. La capacidad de nuestra informante clave, de tener empatía con la gente en su rol como responsable de ventas, le ha permitido generar alianzas y más tarde amistades, mediante las cuales ambos participantes se ayudan a crecer, principio fundamental del desarrollo sustentable.

Tejer redes de apoyo mutuo entre artesanos, representa una alternativa viable al contexto actual, en el que se ha relegado al comercio local dentro de un sistema altamente capitalista. En México y concretamente hablando del estado de Querétaro, es cada vez más frecuente observar la unión de habitantes y comerciantes de una zona, para impulsar su comercio local, comunidades como San Vicente Ferrer en el municipio Del Marqués y su Festival de la Piel, son proyectos que demuestran la fuerza de las alianzas comerciales locales.

5.1.7 Colaboraciones con otros artesanos

Gracias a las alianzas generadas por *Casa Malaki* con otros artesanos, *Hecho en Babu* ha participado en proyectos colaborativos, desarrollando innovadoras líneas

de productos. Como se mencionó en párrafos anteriores, los bazares que Raquel lleva a cabo en su tienda, representan el primer contacto con otros artesanos, a partir de estas participaciones han surgido interesantes colaboraciones:

“De ese bazar salieron 3 artesanos con los que ahorita sigo trabajando y fueron proyectos maravillosos porque, originalmente fueron a alquilar un espacio para vender sus cosas y hoy ya tenemos más de un año trabajando juntos con piezas en donde coordinamos.

Que también es eso, tu artesano de joyería, bisutería o herrero lo que sea, puedes venir a trabajar con nosotros y hacemos digamos alianza en cuanto a yo te puedo dar material, trabaja con mi material, tú préstame tu mano de obra por así decirlo y cuando se venda la pieza, ambos ganamos. La idea es tener siempre proyectos novedosos”. (Raquel, comunicación personal, 15 de marzo de 2021).

A través de las colaboraciones entre *Hecho en Babu* y otros artesanos de la región, se ha innovado en la elaboración de diferentes productos, en un intento por adaptarse al mercado moderno. Esto no solo busca impulsar el comercio local, también representa una forma de continuar legando, las prácticas artesanales, así como de mantener la cultura del lugar.

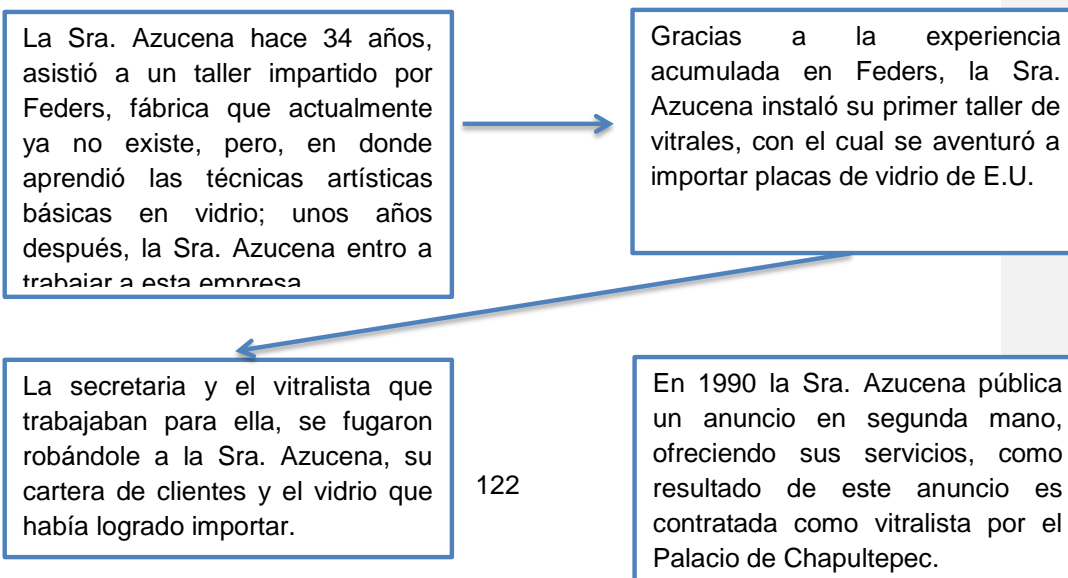
Por ejemplo, *Hecho en Babu* realizó una colaboración con una chica a la que nos referiremos en adelante como Andrea, quien ya había emprendido su propia marca de joyería y bisutería. Andrea participó en uno de los bazares de Casa Malaki y a partir de ahí, comenzó su colaboración con ambas marcas, Raquel nos cuenta respecto al caso de Andrea:

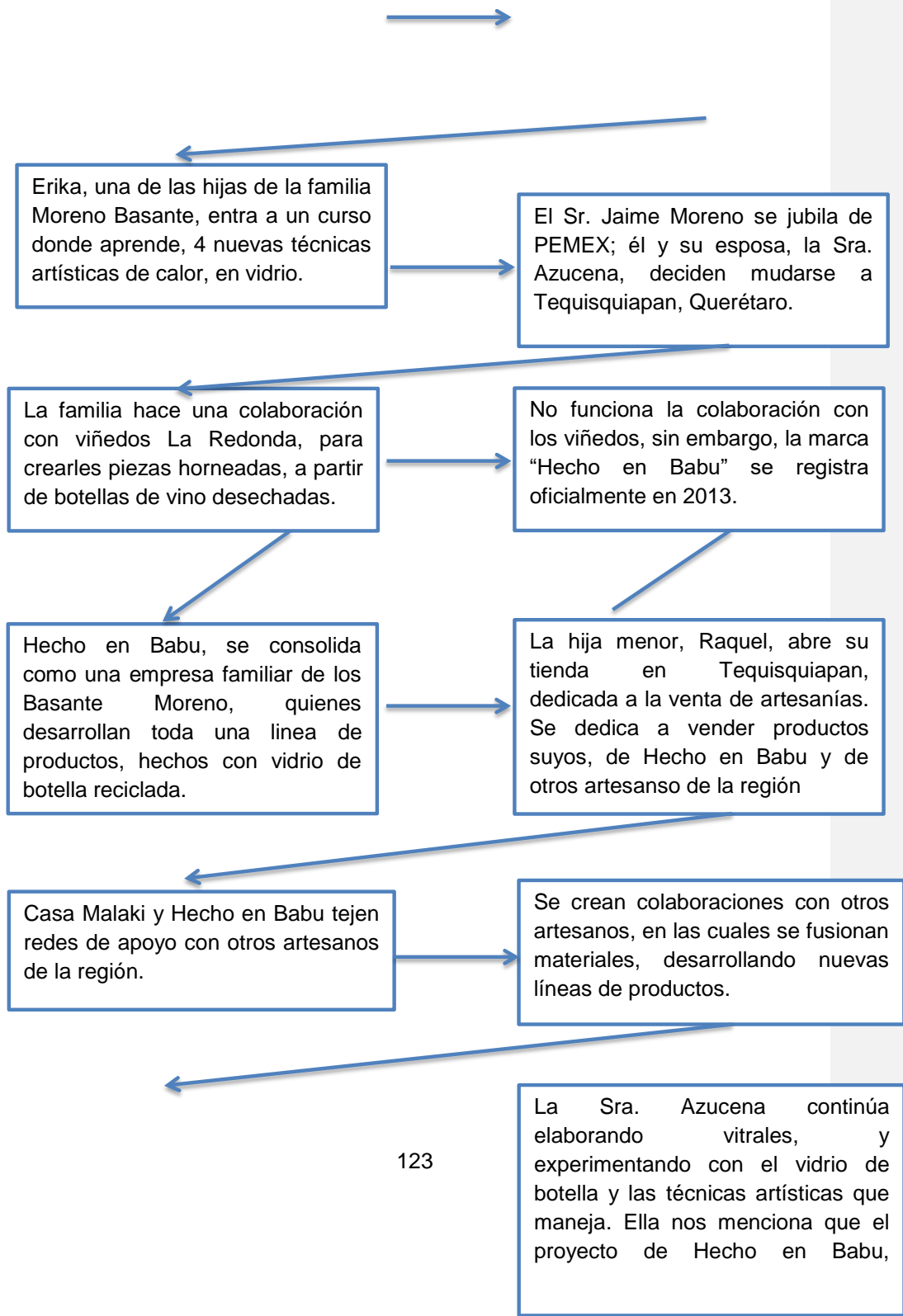
“Los materiales que utiliza son de muy alta calidad, tiene mucha creatividad y muy buena mano, tiene una característica que es esta pasión por su producto. Es tal cual, muy emocionante.

Esta última vez vino al taller a escoger vidrio, el poderle dar todo este material, se le iluminaban los ojos de ver que iba a poder hacer son eso [...]. Entonces cuando encontramos un artesano que nos entiende lo que queremos transmitir, pero, es su línea, su área le damos toda la libertad creativa y ya con eso, tenemos dos posibilidades tanto yo puedo ser su foro y ayudarles a vender o crear una colección nueva juntos". (R. Moreno, comunicación personal, 15 de marzo de 2021).


La familia Moreno Basante, ha sabido cultivar sus relaciones durante estos últimos 10 años, lo que también le ha permitido ampliar su catálogo de productos y con ello abarcar otros mercados. Al igual, *Hecho en Babu* y *Casa Malaki* han sabido forjar sus redes e innovar en colaboración con arquitectos, ingenieros, emprendedores y artesanos, trabajando en conjunto para mejorar sus intereses mutuos.

5.2 Momentos clave en la creación de Hecho en Babu como empresa familiar





Raquel ha sabido consolidar a su tienda “Casa Malaki”, la cual ya cuenta con dos sucursales en Tequisquiapan y Bernal. Continúa colaborando con Hecho en Babu.



5.3 Observación y registro de la dinámica del sistema familia-empresa en ambas empresas

La familia de *Hecho en Babu* y *Casa Malaki*, ha desarrollado de forma empírica su método de trabajo actual. Los integrantes de la familia Moreno Basante, han aprendido mediante la experiencia a organizar sus dinámicas laborales, a elegir sus flujos de comunicación y a establecer las distintas actividades que lleva a cabo cada integrante. En el caso de *Hecho en Babu*, como hemos visto, su creadora, la Sra. Azucena, es quien se encarga de la logística de su empresa durante el proceso de creación de las piezas, ella es quien tiene contacto y le da seguimiento al cliente, también coordina el pedido y a los que colaboran en este. Erika, su hija, es quien le ayuda en los proyectos que requieran técnicas que ella domina, y Raquel es quien promueve y coordina las ventas que proceden de su tienda *Casa Malaki*.

Al tratarse de una microempresa familiar, los desacuerdos entre parientes son inevitables. Las relaciones familiares no son estáticas; van cambiando, estas alteraciones también se ven reflejadas en la organización laboral. Por ejemplo, en el caso de *Hecho en Babu*, recientemente, Raquel no solo es el enlace comercial de la empresa, sino que también ha comenzado a ser la intermediaria de asuntos laborales entre *Hecho en Babu* y su hermana Erika. Esta decisión, posiblemente causada por asuntos familiares, tiene distintos matices, dependiendo por dónde se observe, ya sea desde la perspectiva de la empresa, de la familia o la

colaboración entre ambas. Para las microempresas familiares, la forma en cómo se resuelvan los asuntos familiares, influirá en la toma de decisiones dentro de los procesos de la empresa.

Si bien una microempresa familiar puede volver más fuertes los lazos dentro de un núcleo, también puede tener el efecto contrario. Recordemos que, en el modelo de los dos círculos en empresas familiares (ver figura 1) que revisamos en el marco conceptual de esta investigación, Belausteguigoitia (2003) propone que el área de conflicto se presente con la convergencia de ambos sistemas: familia-empresa. Es por tanto que separarlos lo más posible permite minimizar el posible choque entre ambos. En este mismo sentido, una empresa familiar con un ambiente propicio, puede enriquecer y mantener ambos sistemas. Justamente una de las ventajas que se pudo observar dentro de este caso de estudio, fue la libertad creativa que le brindan las empresas a la familia, una capacidad que, a su vez, ha dotado de mayor experiencia e innovación a la empresa. Un claro ejemplo de un ciclo de crecimiento entre ambas lógicas familia- empresa.

Una fortaleza que se puede considerar dentro de este caso de estudio es el hecho de que no se heredó a la segunda generación de la familia Moreno Basante la responsabilidad o el mando de la empresa como tal, sino que fue el conocimiento y el cariño por el vidrio, lo que realmente se les transmitió y lo que se busca perpetuar. Esto a su vez ha otorgado mayor independencia a los integrantes de la familia, quienes han buscado desarrollar sus propios proyectos, teniendo como consecuencia la creación de redes de apoyo desde distintos frentes. No obstante, cabe mencionar que, pese a esta libertad, la familia continúa siendo un pilar de apoyo en los proyectos de los integrantes.

Si bien resulta clave una buena comunicación dentro de toda organización, al referirnos a empresas familiares, esta debe ser un tema prioritario. Definir la situación y jerarquía en la empresa familiar, también resulta esencial para establecer límites, pues lo que se busca es mantener un equilibrio entre ambas

lógicas. Por ello, también es importante trabajar constantemente en mantener una buena comunicación, que retroalimente el sistema organizacional que se maneja.

En el caso de *Hecho en Babu y Casa Malaki*, los miembros de la familia han tomado decisiones que desahogan presión a la familia y a la empresa; conocer e identificar las dificultades que presentan los integrantes y las marcas, ha sido fundamental en el desarrollo de ambas.

5.4 Conclusiones finales

En el análisis del caso de estudio: *Casa Malaki y Hecho en Babu*, resulta interesante observar como muchas de las ventajas que han tenido ambas empresas, giraron en torno a saber aprovechar los recursos de su región, a la suma de conocimientos que la familia fue recopilando, así como a la generación de redes de apoyo que tejieron.

En el apartado teórico conceptual de esta investigación, se explicó cómo las empresas familiares poseen algunas ventajas competitivas derivada de cualidades como: acercamiento con sus consumidores, más enfoque en la calidad y mayor actividad dentro de la localidad (Mendoza et al., 2010). En el análisis de nuestro objeto de estudio, pudimos apreciar como dichas cualidades no sólo son ciertas, sino que representan pilares indiscutibles en el desarrollo de las microempresas.

Para *Casa Malaki y Hecho en Babu*, tener un acercamiento directo con sus clientes les ha permitido tener mayor capacidad de acción dentro de su localidad y, hasta cierto punto, contar con su apoyo; como se puede observar en la recolección de botellas. También, pese a que uno de sus principales recursos se trata de materia reciclada, los miembros de las empresas se esfuerzan por ofrecer y continuar mejorando la calidad en sus piezas.

Cabe reconocer que, si bien las empresas familiares poseen cualidades que se pueden interpretar como ventajas, también son el resultado de un esfuerzo doble por parte de la familia para equilibrar sus asuntos familiares, con decisiones importantes que le atañen a la marca.

Aprender a mantener distancia entre asuntos familiares y de la empresa, es un acto que, como cualquier otra empresa, requiere reflexión, empeño y experiencia., En ese sentido, una empresa familiar puede resultar en el progreso de la familia y en la mejora de las aptitudes de los integrantes de esta, o puede terminar separando a la familia y generando daños en sus miembros.

Desde la perspectiva sustentable, en el capítulo anterior: Análisis y resultados, examinamos las cualidades y estrategias que vuelven a *Casa Malaki* y a *Hecho en Babu* empresas con prácticas sustentables. Si bien la integración de estas pudo haber sido un efecto colateral de su amor por el vidrio, su caso representa un éxito al implementar estrategias sustentables dentro del actual modelo económico. La importancia de estudiar casos como este, reside en que no solo dan testimonio de opciones de desarrollo sustentable dentro de microempresas, sino que también permiten inferir que es posible equilibrar el aspecto económico, social, cultural y ambiental, dentro de una empresa.

Si bien la sustentabilidad es un concepto ampliamente estudiado y debatido en la academia, también es un concepto vivo en las sociedades, en el sentido de que puede experimentarse en acciones cotidianas. A nuestro entender, la solidaridad, empatía y ayuda, son características natas de los seres humanos y que, según el discurso de la sustentabilidad, son parte necesaria para la construcción de una cultura sustentable, puesto que solo así se garantiza un uso justo de los recursos (Corral, 2010).

Respecto a las áreas de oportunidad, es importante mencionar que, tanto para *Hecho en Babu* como para *Casa Malaki*, van más orientadas a costos y especialización de ciertas áreas que resultan clave, tales como mercadotecnia y redes sociales. Aunque, si bien ambas empresas manejan estas últimas, no tienen un estándar de identidad corporativa en sus medios.

El aspecto virtual es un tema al que definitivamente podría sacársele más provecho: brindar cursos básicos y enviar el material a domicilio, abrir un blog para despertar la curiosidad, publicar su historia para generar un lazo con su público en redes sociales o vender productos de mesa en línea, como kits que incluyan: portapalillos, tablas de queso y vasos, son pequeñas acciones que las empresas pueden realizar, para comenzar a penetrar en el mercado virtual, el cual aun en postpandemia continúa en crecimiento.

Tanto *Hecho en Babu* como *Casa Malaki* continúan en crecimiento y en constante cambio, por lo que resultaría oportuno redactar un plan de negocios, escribir los manuales de procesos y de técnicas artísticas en vidrio y establecer la identidad corporativa de ambas empresas. Entre más formales sean las bases de una marca, mejor capacidad de decisión se tiene ante cualquier circunstancia.

El equilibrio de un sistema – en este caso de dos empresas y una familia – depende de todos sus integrantes y de las decisiones que tomen. La planeación que desarrollen marcará el rumbo de su compañía. En el actual contexto ambiental de México, introducir estrategias sustentables en los procesos de una empresa, representa la toma de acción de las personas ante esta problemática y el cambio de consciencia ambiental, que recién estamos experimentando.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, A. (1997). Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural. Ciudad de México, México: Alfaomega.
- Banda, L. (17 de julio de 2020). Informales el 47.1 de los establecimientos. Diario de Querétaro. Recuperado de <https://www.diariodequeretaro.com.mx/local/informales-el-47.1-de-establecimientos-5503733.html>
- BBC News (8 de julio de 2019). "Crisis mundial de la basura": 3 cifras impactantes sobre el rol de Estados Unidos. BBC News Mundial. Recuperado el 23 de Octubre del 2020 de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48914734#:~:text=El%20grupo%20especializado%20en%20an%C3%A1lisis,de%20esa%20basura%20es%20reciclada.>
- Beaud, S. (2018). El uso de entrevistas en las ciencias sociales. En defensa de la "entrevista etnográfica". Revista colombiana de antropología. 54(1) ,175-218.
- Belausteguigoitia, I. (2003) Empresas familiares: dinámica, equilibrio y consolidación. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.
- Cajiga, J. (2010). El concepto de responsabilidad social empresarial. Cemefi.
- Camarena, M. & Mancilla, M. (2-4 de octubre de 2013). Hacia una cultura de la sustentabilidad. XVIII Congreso internacional de contaduría administración e informática. Congreso llevado a cabo en la Universidad Autónoma de México. Ciudad de México.

- Carabias, J. (2018). Sustentabilidad ambiental y bienestar social. Ciudad de México, México: El Colegio Nacional.
- Cechin, C. y Collins, C. (productores), Holm, S. y Rivo, S. (directores). (2019). Broken [Serie documental]. EU.: Netflix; Zero Point Zero.
- Cerda, E. y Khalilova, A. (2016). Economía Circular. Economía Industrial. (401), 11-20.
- Chauca, P. y Quintana, M. (2009). Micro y pequeña empresa: Entorno Externo, ambiente interno y estudios de caso. Morelia, México. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Coordinación de la Investigación Científica.
- Clementi, L. (2002). El subdesarrollo: Factor potencial de desintegración social y amenaza política a la seguridad internacional. RESDAL. Recuperado en: <https://www.resdal.org/Archivo/d000025f.htm>
- Colmegna, P. y Matarazzo, C. (2001). Una perspectiva antropológica sobre el Desarrollo. THEOMAI. (3).
- Contreras, E. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. Pensamiento y gestión. (35), 152-181.
- Corral, V. y Pinheiro, J. (2004). Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable. Medio ambiente y comportamiento humano 5(1-2), 1-26.
- Corral, V. (2010). Psicología de la sustentabilidad. Un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales. Ciudad de México, México: Trillas.
- De Gortari, R. y Santos M. (2010). Saberes y parientes en la formación de microempresas rurales: Empresarialidad, redes locales y contextos culturales .En Pérez, M. (Comp.). Empresa y familia en México: una visión desde la antropología. Ciudad de México, México: UIA.

- Escobar, A. (2021). Tapar el sol con un dedo (de frente). Sobre las entrañas culturales del negacionismo climático contemporáneo (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú Escuela de Posgrado. Perú.
- Escobar, A. (2007). La invención del tercer mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo. Caracas, Venezuela: El perro y la rana.
- Estenssoro, F. (2015). El ecodesarrollo como concepto precursor del desarrollo sustentable y su influencia en América Latina. *UNIVERSUM*. 30(1), 81-99.
- Estenssoro, F. y Devés, E. (2013). Antecedentes históricos del debate ambiental global: Los primeros aportes latinoamericanos al origen del concepto de Medio Ambiente y Desarrollo (1970-1980). *Estudios Ibero-Americanos*. 39(2), 237-261.
- García, C. (2007). Diccionario. Totonaco – Español. Español – Totonaco. Xalapa, Veracruz; Academia Veracruzana de las Lenguas Indígenas.
- Geertz, C. (1973). La interpretación de las culturas. Barcelona, España: Gedisa.
- González, E. y Torres, C. (2014). La sustentabilidad agrícola de las chinampas en el Valle de México: Caso Xochimilco. *Revista Mexicana de Agronegocios*. 34, 699-709.
- Graeber, D. (2014). En Deuda. Una historia alternativa de la economía. Barcelona, España: Ariel.
- Guber, R. (2015). La Etnografía. Método, campo y reflexividad. Ciudad de México, México: Siglo XXI editores.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1983). Etnografía. Métodos de investigación. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Hermida, C. y Domínguez, M. (2014). Economía circular como marco para el ecodiseño: el modelo ECO-3. *Informador Técnico*. 78(1), 82-90.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). El INEGI Presenta Resultados de la Segunda Edición del ECOVID-IE y del Estudio Sobre La Demografía de los Negocios 2020. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia.html?id=6425>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2017), mapa de Ezequiel Montes, imagen.
<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM22queretaro/index.html>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (2017), mapa de Tequisquiapan, imagen.
<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM22queretaro/municipios/22017a.html>
- Jacob A. (1995). La noción de trabajo. Relato de una aventura socio-antropo-histórica. Buenos Aires, Argentina: PIETTE.
- Kras, E. (1991). La administración mexicana en transición. Ciudad de México, México: Grupo editorial Iberoamericano.
- Kottak, C. y Lisón, A. (1997). Antropología cultural, espejo para la humanidad. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Kottak, C. (2011) Antropología Cultural. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.
- Lara, J. (2008). Reducir, reutilizar, reciclar. Elementos, 15(69), 45-48. Recuperado de <https://elementos.buap.mx/directus/storage/uploads/00000002460.pdf>
- Leff, E. (1975). Hacia un proyecto de ecodesarrollo. Comercio Exterior. 25(1), 84-92.
- López, I. y Thome, H. (2015). Los pueblos mágicos como enclaves territoriales: el caso de Tequisquiapan y la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro. En Hernández R. (Coord.) Pueblos mágicos: discursos y realidades. Una

mirada desde las políticas públicas y la gobernanza. Ciudad de México, Méjico: Universidad Autónoma de México.

Martínez, A. y Porcelli, A. (2018). Estudio sobre la economía circular como una alternativa sustentable frente al ocaso de la economía tradicional (primera parte). LEX, 16(22), 301-334. Recuperado en: <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v16i22.1659>

Martínez, C. y Ojeda, M. (2010). Antropología: La cultura. Lima, Perú: Firma Press.

Martinez, G. (2020). Conocimientos locales: aprendizajes a lo largo de la vida para la sustentabilidad. Nueva Antropología. 33(92), 36-48. Recuperado en: <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/nuevaantropologia/article/view/15992>

Martínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. Revista perfiles libertadores, 4(80), 73-80.

Maya, A. (2008). Medio ambiente urbano. Gestión y Ambiente. 11(1), 21-51.

McDonough, W. y Braungart, M. (2005). Cradle to Cradle (De la cuna a la cuna). Madrid, España: Mc Graw Hill.

Medina, M. (1999). Reciclaje de desechos sólidos en América Latina. Frontera Norte. 11 (21), 7-31. <https://fronteranorte.colef.mx/index.php/fronteranorte/article/view/1411/863>

Mejía, D. (2017). Ciclo de vida de un producto y sus estrategias relacionadas. Rio Gallegos, Argentina: Universidad Nacional de la Patagonia Austral.

Mendoza, J., Aubert, M., Salazar, B. (2010). Las PYMES familiares y no familiares ¿Empresas diferentes? En Rodríguez, C. (Coord.). Creando clientes en mercados globales. Building client relationships in global markets. Santiago de Compostela, España: ESIC.

- Miranda, F. (20 de noviembre de 2019). Sólo se recicla 6.7 por ciento de desechos en México. Milenio. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/mexico-recicla-6-7-ciento-desechos>
- Naciones Unidas (1987). Desarrollo y cooperación económica internacional: Medio ambiente. Recuperado en: https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- Nazifh, F. (18 de junio de 2012): “Querétaro atrapa a turistas jóvenes de la ciudad de México” El Universal. Recuperado de : <https://www.eluniversal.com.mx/>
- Ornelas, R. (2008). Saberes de la dominación. Panorama de las empresas transnacionales en América Latina. Agenda de Investigación. En Ceceña, A. (Coord.). De los saberes de la emancipación y de la dominación. Buenos Aires, Argentina: CLACSO
- Ortiz, P. (2004). Léxico hebrero-español, arameo-español y español-hebreo, español-araméo. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Parraga, K., Illescas, K. y Bastidas, M. (2021). Gestión del patrimonio inmaterial, ámbito técnicas artesanales tradicionales: estrategias de salvaguardia y uso turístico del patrimonio inmaterial, parroquia Abañin, El Oro. Digital Publisher. 6(6), 92-113.
- Pascual, A. (2019). Stop basura, la verdad sobre el reciclaje. Amazon.com Company.
- Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., Recuperado de <https://dle.rae.es>
- Restrepo, E. (2016). Etnografía: alcances, técnicas y éticas. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, Envión.

- Rivera, J., Blanco, N., Alcántara, G., Pascal, E. y Pérez, J. (2017). ¿Desarrollo sostenible o sustentable? La controversia de un concepto. *Posgrado y Sociedad*. 15 (1), 57-67.
- Ruales, S., De Haz, Y., Parra, M. (2020). La comunicación sobre el impacto medioambiental de la acumulación de desechos tóxicos en la isla de basura. En Rivera M., (Coord.). *Usos sostenibles de la tierra y desarrollo humano* (142-153). Sevilla, España: Egregius.
- Sachs, I. (1980). Ecodesarrollo: concepto, aplicación, implicaciones. *Comercio Exterior*. 30(7), 718-725.
- Sanmartín, G., Zhigue, R., Alaña, T. (2017). El Reciclaje: un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 9(1), 36-40.
- Santos, M. y De Gortari, R. (2010) *Tejiendo apoyos: capital y conocimientos para las microempresas rurales*. En Pérez, M. (Comp.). *Empresa y familia en México: una visión desde la antropología*. Ciudad de México, México: UIA.
- Secretaría de economía. (s.f.) *Microempresas*. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario#:~:text=Las%20microempresas%20son%20todos%20aquellos,ciento%20del%20Producto%20Interno%20Bruto>.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2016). *Residuos sólidos urbanos: la otra cara de la basura*. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/39412/RESIDUOS_SOLIDOS_URBANOS-_ENCARTE.pdf
- Senado de La República (29 de febrero de 2020). *Pymes, importante motor para el desarrollo económico nacional*. Recuperado de <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/47767->

pymes-importante-motor-para-el-desarrollo-economico-nacional-
mc.html#:~:text=Las%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas,0.1%20por%20ciento%20en%202019.&text=Su%20contribuci%C3%B3n%20es%20de%2052%20por%20ciento%20del%20PIB.

Steward, J. (1955). El concepto y el método de la ecología cultural. EUA: University of Illinois Press, Urbana.

Tello, P., Martínez, E., Daza, D., Soulier, M., y Terraza, H. (2010) Informe de la Evaluación Regional del Manejo de Residuos Sólidos Urbanos en América Latina y el Caribe 2010. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Informe-de-la-evaluaci%C3%B3n-regional-del-manejo-de-residuos-s%C3%B3lidos-urbanos-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-2010.pdf>

Toledo, V. (2015). Ecocidio en México. La batalla final es por la vida. Ciudad de México, México: Grijalbo.

Tunal, G. (2003). El Problema de Clasificación de las Microempresas. Actualidad Contable Fases. 6 (7), 78-91.

Velasco, J. (2007). Teoría en la antropología. La discusión actualizada en el aula. Ciudad de México, México: Universidad Autónoma del Estado de México y Castellanos.

Vasilachis, I. (2006). Estrategias de investigación cualitativa. Barcelona, España: Gedisa Editorial.

Vicente, C. (2012). Elementos para juzgar a las empresas transnacionales. Cargil y Monsanto. En Ortega, G. (comp.) Empresas transnacionales y violación de los derechos humanos. El caso de tres comunidades. Asunción, Paraguay: BASE, Investigaciones Sociales.

Ynzunza, C. e Izar, J. (2016). Estudio Exploratorio sobre Cultura de Sustentabilidad y Medio Ambiente. Una muestra de la población del Estado de Querétaro. *Conciencia Tecnológica*. (51), 25-31.

Entrevistas

Sra. Raquel MorenoBasante, dueña de la tienda Casa Malaki, 15 de marzo del 2021

Sr. Gabriel, trabajador del taller Hecho en Babu, 15 de marzo del 2021

Sra. Azucena Basante Butron, dueña de Hecho en Babu, 15 de marzo del 2021

Sra. Azucena Basante Butron, dueña de Hecho en Babu, 1 de mayo del 2021

Sra. Azucena Basante Butron, dueña de Hecho en Babu, 1 de mayo del 2021

Sra. Azucena Basante Butron, dueña de Hecho en Babu, 24 de septiembre del 2021

Sra. Azucena Basante Butron, dueña de Hecho en Babu, 15 de octubre del 2021