

El Diseño como Apoyo a la Generación de Productos Regionales para Competir en el Mercado

1. Introducción

El panorama laboral y económico de las comunidades rurales en México está determinado por 26.5% de la población mexicana, en comparación con 73.5% que habita en las zonas urbanas del país¹. Al gestionar adecuadamente la disciplina del diseño industrial, se ofrece a la población rural alternativas de empleo. En esta investigación se muestra como la experiencia artesanal o la materia prima de las comunidades se emplean para crear productos competitivos para comercializarse en el exterior. Como caso de estudio, se tomó la carpintería de San Juan de los Durán, en la Sierra Gorda de Querétaro, y se consideraron los productos realizados, con fibra de lechuguilla por las mujeres de La Barranca, Santa María del Río, en San Luis Potosí.

2. El Medio Rural Mexicano

En el año 2000, la población total de México era de 97 483 412 habitantes, de los cuales 25.4% viven en comunidades rurales².

En México existen alrededor de 70 000 comunidades rurales que, en su mayoría, son habitadas por indígenas que hablan más de 100 lenguas diferentes. Cada comunidad le brinda al país una gran riqueza cultural, por sus costumbres,

creencias, vestimentas, modo de vida, y sobre todo, por los productos que han realizado de generación en generación, con la materia prima del lugar donde viven³.

La base económica de las comunidades rurales mexicanas son la agricultura y la ganadería; los ingresos económicos que perciben de las actividades diarias son insuficientes para la subsistencia de las familias. Esto provoca que los integrantes más jóvenes de las comunidades (generalmente hombres) emigren a las grandes ciudades del país, como Guadalajara, el Distrito Federal o Monterrey, aunque otros prefieren emigrar al extranjero, específicamente a los Estados Unidos.

Muchas de las comunidades rurales tienen la tradición de realizar productos característicos de su región (por los materiales que utilizan, los procesos que emplean e incluso por los colores y formas de los mismos), los cuales se conocen como artesanías. Éstos tienen un fuerte atractivo para los turistas que visitan el país, sin embargo, por falta de demanda en el mercado urbano nacional, han ido desapareciendo, al igual que las costumbres de los mexicanos.

Un gran porcentaje de estas comunidades obtienen la materia prima para sus productos de la región en la que habitan; “de esta forma, sus

1. Sistema Nacional Estadístico y de Información Geográfica. México. Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática. (INEGI) www.inegi.gob.mx/inegi/default.asp año 2000.

2. *Ibíd.*

3. (2004-2006). Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Los pueblos indígenas de México. Extraído en Septiembre, 2004, de http://www.cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=3

objetos adquieren un valor simbólico y único establecido por su cultura”⁴ pero, al no poder comercializar sus productos con éxito, dedican la mayor parte de su tiempo a otras actividades con las cuales puedan adquirir un sustento para sus familias, dejando la extracción de materia prima como un ingreso extra.

3. Caso de Estudio

Actualmente, las comunidades de La Barranca en Santa María del Río, municipio de San Luis Potosí, y San Juan de los Durán en Jalpan de Serra (Sierra Gorda), municipio de Querétaro, enfrentan una problemática con rasgos comunes. Los ingresos económicos son menores de tres salarios mínimos mensuales y sus productos regionales (objetos artesanales o materia prima) son pagados a precios bajos, lo que provoca la emigración de la población productiva.

La comunidad de La Barranca se asienta en un territorio rico en tradición artesanal, donde se producen objetos representativos de la región, como los realizados a base de lechuguilla (planta desértica perteneciente a la familia del agave mexicano). En dicha comunidad hay un grupo de 28 mujeres que se encargan de la producción de artesanías de lechuguilla (planta desértica perteneciente a la familia del agave mexicano), las cuales son parte de “Arte en Ixtle”, donde les apoyan

en supervisar la calidad, enfocar la producción a los objetos más rentables (catálogo con 28 productos) y distribuirlos a los centros de venta como “Casa Grande”, en la Ciudad de San Luis Potosí (ver imagen 1 y 2).

San Juan de los Durán se encuentra en la Sierra Gorda, con una biósfera protegida por la UNESCO, en terrenos donde se explota convenientemente la madera saneada de pino. En esta zona se han desarrollado proyectos sustentables de ecoturismo, como el establecimiento de cabañas realizadas y manejadas por la cooperativa de la comunidad. El propósito de este proyecto es que la diversificación le proporcione a los residentes un desarrollo económico y eviten la actividad principal a la que se dedican (extracción de madera).

Los productos realizados por la cooperativa fueron diseñados por el Arquitecto Hagerman, en ellos se puede apreciar el empleo de conceptos culturales (imagen 3 y 4), los cuales tuvieron un gran éxito en el mercado urbano (Artefacto, en la Ciudad de México).

4. Artesanías como productos regionales

La sociedad elabora productos para el autoconsumo o la comercialización, con la finalidad de satisfacer necesidades. En ellos ofrece un valor agregado a los futuros usuarios.

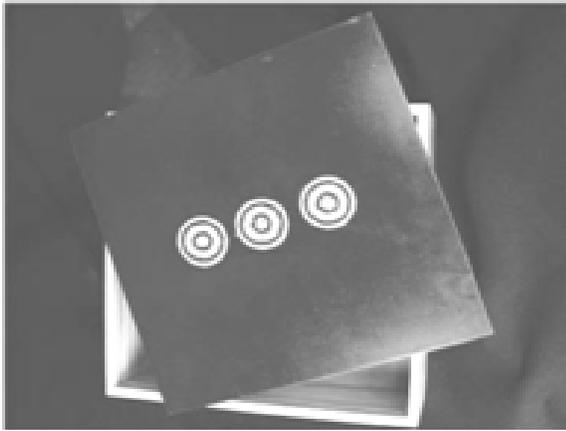


1. PRODUCTOS DE LECHUGUILLA A LA VENTA EN LA TIENDA DE ARTESANÍAS POTOSINAS “CASA GRANDE”.

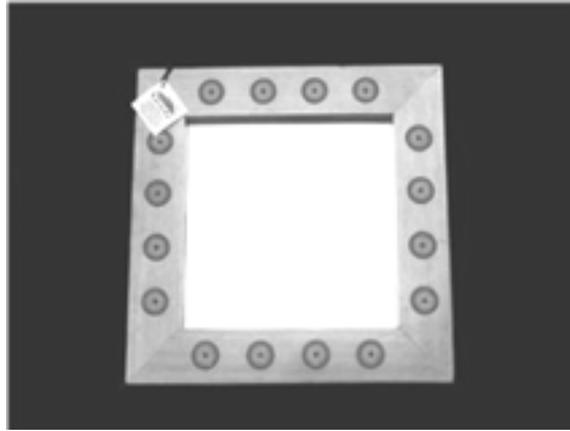


2. CANASTITA CON CAMPANAS DE FIBRA DE LECHUGUILLA REALIZADAS POR LAS SEÑORAS DE “ARTE EN IXTLE”

4. Martín Juez, Fernando. Contribuciones para una antropología del diseño. Editorial Gedisa. México. 2002.



3. CAJA CUADRADA MEDIANA.



4. ESPEJO MEDIANO.

Los productos realizados por las sociedades que habitan en comunidades rurales son artesanías que tienen como valor agregado la “alta connotación cultural y las materias primas locales transformadas a base de habilidades tradicionales”⁵.

Las industrias indígenas, no pueden transformarse, porque sus artesanías se convierten en un producto híbrido que pierde toda relación con el arte de la región⁶.

De lo anterior, se puede concluir que un producto regional es aquél que representa a su región por sus formas, materias primas, técnicas o movimientos, como una expresión única.

5. Apoyo del Diseño Industrial en el Medio Rural

Se parte de que los productos nacen de la creatividad, las experiencias y habilidades de

quienes los diseñan, es necesario identificarlos para valorar la intervención del diseño industrial. De acuerdo con la pirámide de los productos de Barroso (ver figura 1), son cinco niveles de acción (para el diseñador industrial): únicos, tradicionales, contemporáneos, típicos y estereotipados.

La mayoría de los productos regionales, se encuentran entre los tradicionales y los contemporáneos. Aunque los productos tradicionales tienen su origen en la cultura, no se pensaron para la comercialización, mientras que la artesanía contemporánea debe mantener su equilibrio entre la expresión y uso para aumentar su valor comercial. Los productos regionales de las comunidades analizadas se

realizan utilizando la materia prima que tienen a su disposición, así como las técnicas y habilidades que han desarrollado para elaborarlos, con el fin

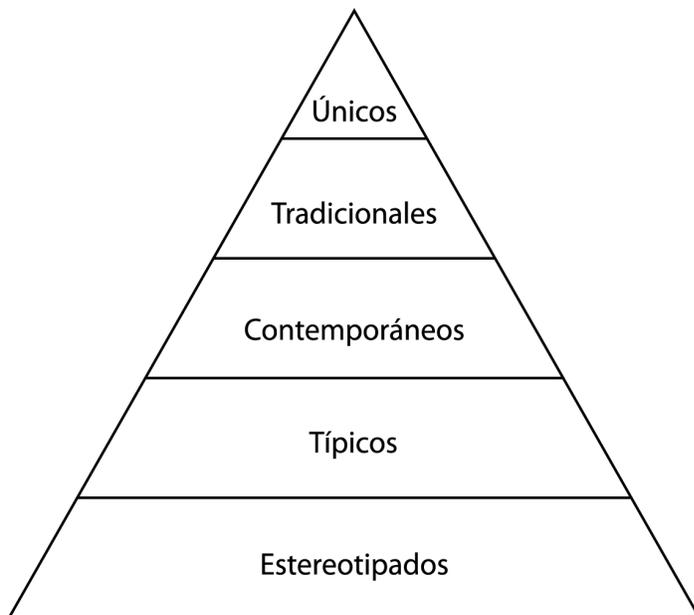


FIGURA 1. PIRÁMIDE UTILIZADA EN MERCADOTECNIA PARA EVALUAR LA DEMANDA DEL PRODUCTO, ADAPTADA A LAS ARTESANÍAS POR EDUARDO BARROSO NETO.

5. Martín Juez, Fernando. Los nombres del diseño. En Contribuciones para una antropología del diseño. (pp.32 - 44). Editorial Gedisa. México. D.F. 2002

6. Martínez Peña, Porfirio. Arte popular en México. Cincuentenario de una exposición y de un libro. II. Arte popular y artesanías artísticas en México. (pp.19-32). Secretaría de Educación Pública. México. D.F. 1988.

| Vector | Subconjunto | San Juan de los Durán | La Barranca |
|------------|---------------------------|--|---|
| Función | Ergonomía | Enfocados a la dimensión cultural de los usuarios. | Enfocados a la dimensión cultural de los productores. |
| | Mecanismos | Chaquira | Nulos. |
| Tecnología | Materiales | o Cedro blanco o Mancha natural o Cera de abeja | o Lechuguilla o Pigmentos naturales |
| | Procesos | o Corte o Ensamble o Pintado o Decorado | o Limpieza o Teñido o Tejido |
| | Costos | 75 a 100 pesos por pieza | Desde 10 hasta 45 pesos |
| Comercial | Ventas / Distribución | o Artefacto o Puntos de venta en la reserva ecológica | o SAGARPA o Arte Potosino o Casa Grande |
| | Expectativas del usuario. | Aceptado o Diversidad de usos o Colores dominantes o Preservación ecológica | Denegado o Calidad deficiente o Función inadecuada o Producto obsoleto |
| Expresión | Perceptual | Expresión innovadora y respeto a la naturaleza | Expresión anticuada y con poca creatividad |
| | Simbólico | Enfoque cultural al usuario o Agradable a la vista | Sin enfoque cultural al usuario o Desagradable a la vista |

TABLA 1. RELACIÓN VECTORIAL ENTRE LOS PRODUCTOS DE SAN JUAN DE LOS DURÁN Y LA BARRANCA.

de generar utilidades económicas, por lo cual se ubican como contemporáneos. En este nivel las intervenciones pueden ser totales y radicales, desde la sustitución de materia prima, pasando por la racionalización de la producción, el diseño de nuevos productos y las estrategias comerciales, hasta la gestión del negocio, porque en este nivel el artesano es un aspirante a empresario. Su principal motivación es la ganancia económica, la necesidad de supervivencia.

6. Requisitos para el Diseño de Productos Regionales

Las aportaciones directas del diseño se estudiaron por medio del esquema vectorial de la forma⁷. El cual está dividido en cuatro vectores: forma, tecnología, expresión y función; cada uno con diferentes factores, de los que originan subconjuntos (entre vectores), por su relación.

7. Rodríguez Morales, Luis Alfredo. El Tiempo del Diseño. Después de la Modernidad.(pp 46-62) UIA. Primera Edición 2000 México; D.F.

Las aportaciones directas del diseño en la forma de los productos regionales se determinó en la tabla 1.

Se detectó que el diseño de los objetos de San Juan de los Durán tiene mejor aceptación, dado que responden favorablemente al vector expresión. Se presentan algunas consideraciones para los productos de La Barranca, en la tabla 2, según sus principales diferencias.

7. Diseño como Estrategia Competitiva

Con el análisis realizado, se detectaron las propiedades y deficiencias de los productos de La Barranca (tabla 2). El factor de mayor importancia en sus productos regionales es la técnica que emplean para su realización.

Aunque estos productos se elaboran con fines comerciales, no se diseñaron para satisfacer las expectativas del usuario, lo que perjudica a las ventas y evita el crecimiento en el mercado.

Los eslabones (en relación con el esquema vectorial de la forma) que brindan la ventaja

| Vector | Subconjunto | La Barranca |
|-----------|--------------------------|--|
| Función | Ergonomía | Dar enfoque a la dimensión cultural de los usuarios |
| Comercial | Expectativas del usuario | Proporcionar <ul style="list-style-type: none"> o Calidad o Versatilidad en su función o Innovación en los materiales |
| Expresión | Perceptual | Expresar: <ul style="list-style-type: none"> o Técnicas de tejido o Color natural de la fibra o Calidad de la fibra |
| | Simbólico | Dar enfoque cultural al usuario <ul style="list-style-type: none"> o Producto atractivo o Decoración del hogar |

TABLA 2. DEFICIENCIAS VECTORIALES EN PRODUCTOS DE LECHUGUILLA REALIZADOS POR MUJERES DE LA COMUNIDAD DE LA BARRANCA EN SANTA MARÍA DEL RÍO, S.L.P.

competitiva por medio del diseño son: cumplir con las expectativas del usuario y dar solución a las ventas y distribución del producto. Si se considera que cuando se habla de productos contemporáneos se puede hacer un cambio radical en el diseño con el fin de mejorar su comercialización. Es necesario destacar sus habilidades para el tejido y ofrecer al usuario los aspectos de innovación que demanda, por medio del empleo de nuevos materiales en los productos.

Los aspectos más importantes de la técnica están dados por su complejidad, lo cual demuestra su habilidad, con base en la trama y urdimbre, con mínimo dos y máximo cinco hilos, con los cuales producen tejidos abiertos o cerrados según el ajuste de los mismos. También utilizan las fibras a partir de tres hilos; con dicha técnica, generalmente, realizan las partes finales de las canastillas o recipientes y así evitan que el tejido se despunte con el uso.

Con el análisis presentado en esta investigación, se pueden detectar deficiencias en los productos y tomar decisiones de diseño para hacer propuestas de nuevos productos. Dichos productos podrán responder a la demanda una necesidad y un mercado específicos.

Conclusiones

Los diseñadores industriales, siempre tenemos en mente la concepción de nuevos productos y como está explícito en el nombre de nuestra profesión,

también a la industria. Por medio del diseño industrial, se establece una vinculación entre el trabajo artesanal distintivo de una región, y la micro o pequeña empresa. Lo que permitirá constituir la organización y el desarrollo de las comunidades.

Para ello, es necesario identificar la problemática a la que se enfrentan las comunidades productoras de artesanías, tales como el desconocimiento del mercado y las necesidades que demanda el usuario final.

En el mercado mexicano, las artesanías se disputan agresivamente un lugar, con estrategias competitivas como la reducción de costos que sólo provocan la disminución de la calidad en los productos.

Para enfrentar dicha problemática se necesita, una estrategia competitiva para grupos artesanales como, la incorporación del diseño. Los artesanos son imaginativos y dominan la técnica, pero los diseñadores pueden auxiliarlos en el desarrollo de nuevos productos con una función que satisfaga las demandas de los usuarios de este mercado. **T**

Dora Miriam Pérez Humara

Maestra en Ciencias del Hábitat con Orientación Terminal en Gestión y Diseño del Producto

Bibliografía

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (CDI)

- http://www.cdi.gob.mx/index.php?id_seccion=3
- Conservación de la Biodiversidad en la Reserva de la Biósfera Sierra Gorda.
2005. Productos Sierra Gorda. Extraído en Mayo, 2005 de, <http://www.sierragordamexico.org/es/>
- De la Torre, Francisco.
1994. Arte Popular Mexicano, Editorial Trillas – Serie Trullas Turismo, Primera Edición, Abril 1994, México; D.F.
- Fondo Nacional para el Fomento a las Artesanías. (FONART).
- <http://www.fonart.gob.mx/main.htm>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de San Luis Potosí.
2005. Enciclopedia de los municipios de México, San Luis Potosí, Santa María del Río. Extraído en Septiembre, 2005 de, http://www.e-ocal.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_sanluispotosi
- Lesko, Jim.
2004. Industrial. Editorial Limusa Wiley, Primera edición, México.
- Martín Juez, Fernando.
- Contribuciones para una Antropología del Diseño, Editorial Gedisa
- Martínez Peña, Porfirio.
1988. Arte popular y artesanías artísticas en México. Secretaría de Educación Pública. México. D.F.
- Nieto Ramírez, Jaime.
1984. Los habitantes de la Sierra Gorda, Querétaro, Universidad Autónoma de Querétaro.
- Rodríguez Morales, Luis Alfredo.
2000. El Tiempo del Diseño. Después de la Modernidad. UIA. Primera Edición México; D.F.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO)
- http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=3328&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Sistema Nacional Estadístico y de Información Geográfica. México. Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática. (INEGI)
- www.inegi.gob.mx/inegi/default.asp
- S/R. Barroso Neto, Eduardo.
- Desarrollo con base en la pirámide de consumo que se utiliza en mercadotecnia, según la demanda de los mismos