GLOBALIZACIÓN Y COMUNIDADES EN CENTROAMÉRICA

FLACSO
SEDE ACADEMICA COSTA RICA
DONACION

Juan Pablo Pérez Sáinz
Katharine Andrade-Eekhoff
Maribel Carrera Guerra
Edith Olivares Ferreto

GLOBALIZACIÓN Y COMUNIDADES EN CENTROAMÉRICA

FLACSO

330.9
G562g Globalización y comunidades en Centroamérica / Juan Pablo Pérez Sáinz.../et al./ -- 1 ed. San José : FLACSO - Sede Costa Rica : San Salvador : FLACSO, Programa El Salvador, 2001.
284 p.; 21 x 14 cm.
ISBN 9977-68-113-9

1. Economía política. 2 Globalización. I Pérez Sáinz, Juan Pablo. II. Título.

Ilustración de la portada:
Detalle de Artesanía de
La Palma, El Salvador

Producción editorial:
Mercedes Flores R.

BIBLIOTECA - FLACSO - E C
Fecha: 20 - JUNIO - 2001
Compra:
Proveedor:
Canje:
Donación: FLACSO - CR

© **Sede Costa Rica - FLACSO**

Primera edición: Abril 2001.
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - FLACSO
Sede Costa Rica. Apartado 11747. San José, Costa Rica

A la memoria de
Rafael Menjívar Larín

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 9

I: DINÁMICAS LOCALES, GLOBALIZACIÓN Y TURISMO EN LA FORTUNA DE SAN CARLOS 15

Edith Olivares Ferreto

II: SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ Y LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN: EQUIDAD Y DESARROLLO LOCAL 65

Maribel Carrera Guerra

III: DINÁMICAS ECONÓMICAS LOCALES Y LA GLOBALIZACIÓN: ELEMENTOS DE ANÁLISIS DESDE LA PALMA, CHALATENANGO 127

Katharine Andrade-Eekhoff

IV: GLOBALIZACIÓN, TERRITORIALIDAD Y COMUNIDAD: REFLEXIONES SOBRE LAS DINÁMICAS LOCALES EN CENTROAMÉRICA 189

Juan Pablo Pérez Sáinz

BIBLIOGRAFÍA 275

ÍNDICE 281

Las dimensiones económicas de los establecimientos

El cuadro 9 resume algunas de las diferencias más importantes entre los talleres de La Palma, donde se pueden analizar las dinámicas entre los establecimientos a partir de la manera de organizar la contabilidad. Al respecto, no es la contabilidad en sí lo que marca la diferencia. Pero la contabilidad implica una distinción en la administración del taller, donde se supone que los que tienen contabilidad formal presentan características más empresariales de operación y los talleres sin contabilidad o con sistemas informales demuestran más bien dinámicas de subsistencia.[28]

Lo primero que destacan los resultados del cuadro 9 es que el 83% de los talleres funciona con procesos contables inexistentes o informales, y solo el 17% utilizan sistemas formales de contabilidad.[29] Con respecto a diferencias sociodemográficas entre los propietarios, aunque hay proporciones disímiles en tanto a género del propietario o propietaria, y promedios distintos de edades, no son significativas estadísticamente. Se nota mayor diferencia en tanto a escolaridad de los propietarios, pero esto tampoco resulta ser significativo estadísticamente.

28. Véase a Briones (1998) y Pérez Sáinz (1999) para un análisis y descripción de diferencias entre formas de funcionar y procesos de acumulación en la micro y pequeña empresa en El Salvador y la región centroamericana.

29. Las respuestas de la pregunta ¿Qué tipo de contabilidad usa en su negocio?, que han sido calificadas como inexistente o informal son: "ninguna/en la cabeza" o "en un cuaderno". Las respuestas de "en un cuaderno contable" o "contrata servicios contables" son los que conforman el grupo de contabilidad formal.

Cuadro 9

PERFIL DE LOS ESTABLECIMIENTOS ARTESANALES SEGÚN FORMALIZACIÓN DE LA CONTABILIDAD

Variable	Contabilidad informal n=40	Contabilidad formal n=8	Total n=48	p<*
Sexo del propietario (%)				.210
Hombre	72.5	50.0	68.8	
Mujer	27.5	50.0	31.2	
Edad del propietario (promedio)	37.5	40.4	38.0	.468
Escolaridad del propietario (promedio)	6.8	9.4	7.3	.092
Localización del establecimiento (%)				.038
En su vivienda	87.5	50.0	81.3	
Local aparte propio	7.5	37.5	12.5	
Local aparte alquilado	5.0	12.5	6.3	
Años de oficio (promedio)	13.8	18.9	14.6	.016
Antigüedad del establecimiento (promedio en años)	6.8	9.6	7.2	.143
Número de trabajadores (promedio)	8.1	25.6	11.1	.000
% de trabajadores remunerados (promedio)	69.5	81.4	71.5	.331
Principal lugar de venta[30] (%)				.101
En la comunidad	15.0	0.0	12.5	
En mercado nacional	67.5	50.0	64.6	
En mercado internacional	17.5	50.0	22.9	
Excedente de última venta en colones (promedio)	1,900	3,204	2,118	.278

* Chi cuadrado para variables nominales y ordinales; Prueba t para variables de intervalo.

Fuente: Investigación realizada.

30. El principal lugar de venta no significa que es el único lugar de venta. Muchos talleres venden en múltiples mercados, pero, por lo general, hay un mercado que predomina.

Donde si se empieza a percibir diferencias es en la organización del trabajo y experiencia de los propietarios. Mientras que la mayoría de los talleres funcionan desde la casa, los que llevan una contabilidad formal tienen más probabilidades de realizar la actividad productiva en un local aparte. Por otra parte, estos propietarios tienden a tener mayor experiencia en el oficio (5 años más) y más tiempo al frente de su propio establecimiento. Pero la diferencia más importante tiene que ver con los trabajadores. El promedio de trabajadores en los talleres con contabilidad formal es tres veces mayor que el promedio de los establecimientos que no la tienen. Por otra parte, los primeros utilizan principalmente mano de obra remunerada; y en los segundos hay mayor presencia de mano de obra no remunerada. Esto implica que son hijos, hijas o cónyuges que participan en la producción artesanal, pero no se contabiliza su tiempo de trabajo. En esta forma, estos talleres ahorran parte de los costos asociados a la producción, pero a la vez no toman en cuenta los costos reales del producto.

Por otra parte, el principal lugar de venta de los productos indica la importancia de diferentes mercados para estos establecimientos. Lo que se nota claramente es que para los talleres más formales, el mercado local no es importante. Pero para los talleres con contabilidad informal, y en particular los talleres sin ningún mecanismo de contabilidad, el mercado local es mucho más importante. Y son los talleres con sistemas contables formales los que tienen más probabilidad de estar insertados en los mercados internacionales. Hay diferencias importantes entre estos mercados, pero lo más significativo son las exigencias de cada uno de ellos. La competencia en el mercado local y en gran medida el nacional es a base de la imitación, lo cual implica una competencia basada en precios. En cambio, el mercado internacional exige innovación y calidad. Esto no quiere decir que los precios no son importantes, pero no es el factor crítico para poder vender en ese mercado. Más adelante se desarrollan las implicaciones que esto tiene para los productores de La Palma.

El último elemento por analizar en el cuadro en cuestión tiene que ver con el excedente bruto. Se nota que los talleres sin contabilidad formal perciben una ganancia inferior a los que

mantienen un sistema contable.[31] La brecha es amplia, pero la diferencia no es estadísticamente significativa.

En síntesis, estos resultados permiten distinguir dos perfiles de establecimientos. En primer lugar, la gran mayoría de los talleres funcionan con lógicas de subsistencia. En estos, no existen sistemas contables formales, los propietarios tienen menos experiencia, el taller está ubicado dentro de la vivienda, hay menos trabajadores y mayor proporción de personas trabajando sin remuneración. Estos propietarios venden en mercados donde predomina una competencia a base de la imitación y por lo tanto lo más importante es controlar los precios. Por otra parte, hay un pequeño grupo de establecimientos que muestran lógicas empresariales. Estos se caracterizan por implementar sistemas formales de contabilidad, realizar la actividad productiva en un local fuera de la casa, utilizar mayor número de trabajadores y mayor proporción de empleados remunerados. Los propietarios tienen más experiencia en el oficio y en el manejo de negocio, y esto tiende a generar mayor ganancia. Además, hay mayor vinculación a mercados que exigen innovación y calidad como los principales retos de la competencia.

Las dimensiones no económicas de los establecimientos

Pero las diferencias entre los establecimientos no se reflejan solamente en las dinámicas económicas de los talleres. Hay varios aspectos no económicos que pueden tener impacto en el éxito o no del taller. El cuadro 10 presenta algunos de los resultados rela-

31. Hay que ejercer cierta precaución al analizar la información sobre excedente ya que se deriva de la información proporcionada por los propietarios con respecto a sus costos y ventas. Es muy probable que la información proporcionada no sea la más confiable. Primero, porque los que no utilizan ningún mecanismo para reportar gastos y ingresos, no necesariamente tengan la información. En segundo lugar, los propietarios que sí implementan sistemas contables son más propensos a guardar información que consideran pueden ser utilizado por un competidor o ser reportado al fisco. Por otro parte, ese excedente puede corresponder a diferentes periodos y no debe ser considerado como el excedente generado en una semana o un mes.

cionados con estos aspectos. En primer lugar, se preguntó a los propietarios de los talleres si prestaban de vez en cuando materias primas (pintura, madera, etc.), o si compartían información sobre la compra de insumos o la venta de productos con otros artesanos. Estos tipos de intercambios muestran cierto nivel de colaboración entre los artesanos, y reflejan la cooperación a la par de la competencia empresarial. Lo que revelan los datos es que entre los talleres sin contabilidad formal, hay más tendencias de intercambios informales en términos de insumos o información. Esto implica que entre estos talleres más pequeños y precarios, una manera importante de competir es a través de la colaboración. Este no es el caso entre los talleres más formales donde no se reporta este tipo de colaboración en redes.

Cuadro 10

DIMENSIONES NO ECONÓMICAS DEL ESTABLECIMIENTO SEGÚN FORMALIZACIÓN DE LA CONTABILIDAD

Variable	Contabilidad informal n=40	Contabilidad formal n=8	Total n=48	p<*
Participación en redes (%)				.047
Sí	35.0	0.0	29.2	
No	65.0	100.0	70.8	
Asociación temporal con otros establecimientos artesanales (%)				.026
Sí	15.0	50.0	20.8	
No	85.0	50.0	79.2	
Pertenencia a organizaciones gremiales (%)				.003
Sí	15.0	62.5	22.9	
No	85.0	37.5	77.1	

* Chi cuadrado

Fuente: Investigación realizada.

Hay otros aspectos de cooperación que se dan entre los artesanos, como es la asociación temporal con otros establecimientos para poder cumplir un pedido. Como revelan los datos del cuadro 10, la asociación temporal se da con mucha mayor frecuencia entre los talleres con contabilidad formal. Muchas veces son estos talleres formales y de mayor dimensión los que tienen pedidos grandes. Generalmente pueden llenarlos pero cuando no alcanzan a cubrirlos tienen que asociarse para asegurar el cumplimiento de los pedidos. La mitad de los talleres con contabilidad formal dijeron haberse asociado con otro taller y solo el 15% de los talleres sin contabilidad los hicieron. Por otra parte, la tendencia de pertenecer a un gremio es mayor entre los talleres con contabilidad formal. El número de asociaciones y gremios artesanales en La Palma es bastante alto, especialmente comparado con otras comunidades artesanales. La historia de la actividad artesanal revela un alto número de distintos esfuerzos en formar cooperativas, asociaciones y gremios, algunos con más éxito que otros. El taller La Semilla de Dios no es la única cooperativa en La Palma, aunque sí es la más grande y antigua.[32] Esto implica que muchos de los artesanos han participando en algún momento en distintos esfuerzos que requieren diferentes formas de cooperación.

Estas formas de asociarse también parecen ser parte de estrategias que vinculan la competencia con la colaboración, y demuestra una vez más que las relaciones empresariales están también ligadas a relaciones comunitarias que pueden ser beneficiosas para los talleres que compiten en el mismo mercado. Estas relaciones de colaboración pueden servir para lograr contratos más grandes, buscar nuevos mercados, o enfrentar problemas o crisis que puedan afectar al conjunto de talleres. Y estos datos denotan diferentes estrategias de cooperación. Los talleres sin contabilidad formal utilizan principalmente mecanismos informales de cooperación; los talleres con contabilidad formal utilizan mecanismos más formales de cooperación como son la asociación temporal o pertenencia a un gremio.

Sin embargo, no se puede idealizar la cooperación entre los artesanos. Es importante entender que las diferencias interpersonales

32. Véase Pérez Sáinz y Andrade-Eekhoff, 1998, para una descripción más detallada de diferentes cooperativas, asociaciones y gremios artesanales en La Palma.

entre propietarios obstaculizan relaciones de cooperación más sólidas. Ha habido ejemplos de asociación entre talleres que terminan empeorando las relaciones entre los propietarios y debilitando los esfuerzos de colaboración. Hay experiencias en que un artesano se ha asociado con otro para cumplir un pedido, pero uno de los socios no termina su porción o la calidad es deficiente. Esto causa roces no solo entre los dos propietarios sino también problemas con la compañía que ha hecho el pedido, haciendo que el artesano quede mal. Pero hay experiencias de asociación y cooperación entre empresarios que sí funcionan. Esto suele suceder cuando las reglas de la cooperación son determinadas por algunos de los intermediarios en San Salvador, como en los casos de pedidos del Árbol de Dios o la Casa de las Artesanías. En estos casos, estos intermediarios nacionales reciben pedidos del exterior. Estos pedidos incorporan indicaciones sobre tiempos, materias primas, colores, tamaños, forma de empaque y envío, etc. El intermediario nacional contrata a varios talleres para que trabajen en el mismo pedido. Pero son estas empresas externas las que determinan cómo se reparte el pedido y si se acepta un producto o no. En esta forma, si hay problemas en cumplir con los estándares de calidad o tiempo, estos se resuelven entre el intermediario nacional y el propietario en La Palma, sin afectar las relaciones entre los propietarios en La Palma.

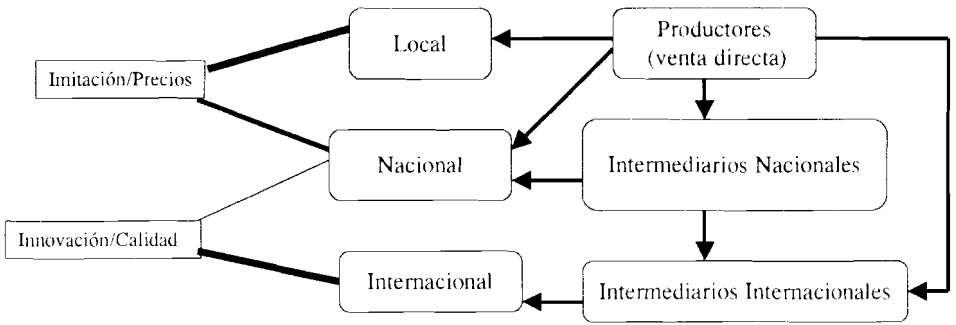
Esto nos lleva a analizar un poco los aspectos relacionados con la inserción en el mercado y sus dinámicas al interior de la comunidad.

Inserción en el mercado

La heterogeneidad de la actividad artesanal también se manifiesta en las cadenas comerciales. No todos los productores están compitiendo en los mismos mercados y se puede diferenciar entre estos mercados tanto por su ubicación como por los mecanismos de venta y el tipo de competencia que fomenta.

El diagrama 1 describe los principales mercados y mecanismos de venta de los productos finales,[33] junto con los tipos de competencia que predominan. El lado derecho del diagrama muestra los tres

DIAGRAMA 1



Tipo de competencia **Mercados de venta** **Mecanismos de venta**

mecanismos o interlocutores de venta. En el centro están los principales mercados de venta de los productos artesanales de La Palma. Las flechas entre los mecanismos de venta y los mercados de venta indican la principal manera en que llegan los productos a ese mercado. Al lado izquierdo del diagrama se encuentran los dos principales tipos de competencia: la imitación y la innovación. El grosor de las líneas que vinculan la competencia con el mercado indica el peso de tal tipo de competencia relacionado con el mercado.

Los productores, como se ha visto arriba, venden sus productos en el mercado local, el mercado nacional o el mercado internacional. Pero hay diversos mecanismos para vender en cada uno de estos mercados e implican distintas formas de competencia. En primer lugar, el mercado local es abastecido principalmente por los productores en una forma directa. Hay un buen número de talleres que operan tiendas en La Palma, y varias de las cooperativas manejan salas de venta en La Palma para los socios. No hay que olvidar que no todos los que venden sus productos lo hacen a través de su propia tienda. Hay también artesanos que venden en el mercado local a través de otros intermediarios locales, la gran mayoría de los cuales son también productores. Como indica el cuadro a la izquierda del diagrama, el principal tipo de competencia es en base a la imitación.

El mercado nacional es abastecido en forma directa por unos pocos productores que también operan una tienda o sala de venta en San Salvador. Pero es principalmente a través de la intermediación que los productos llegan al mercado nacional. Aquí se incluye los intermediarios nacionales que venden en los mercados de artesanía (el excuartel y el internacional) y los que operan tiendas en varios centros comerciales en San Salvador.[34] En cuanto al tipo de competencia a escala nacional, predomina la imitación, especialmente en los dos mercados de artesanía, pero algunas de las tiendas de artesanía más grandes buscan productos de mayor calidad.

33. Véase Andrade-Eekhoff (2000) para una descripción de los procesos de producción y la división de tareas al interior de La Palma.

34. Hay productos artesanales de La Palma que se vende en varias ferias en el interior del país también. Por lo general, esto es una venta directa (el productor lleva sus productos a cada feria en los pueblos y ciudades en el interior), pero es una venta mucho menor comparada con la venta de productos en San Salvador.

Los intermediarios internacionales son los que obviamente comercializan el producto en el mercado internacional. Pero hay diferentes mecanismos para que los productores lleguen a estos intermediarios internacionales. En primer lugar, los talleres locales venden los productos a los intermediarios nacionales quienes los trasladan a los intermediarios internacionales, los que a su vez colocan el producto en el mercado final. El segundo mecanismo elimina los intermediarios nacionales, y los productores venden directamente a los intermediarios internacionales. Los productos de La Palma son exportados a Italia, Alemania, Francia, España, Panamá, Chile, Australia, Estados Unidos, y Canadá, entre otros lugares, y son de mucha mejor calidad y, por supuesto, más caros. Para la exportación se exige una alta calidad en todo el proceso, desde la selección de la madera y su procesamiento, la calidad y tipo de pintura y acabados, la combinación de colores, la forma de empacar, y los tiempos de entrega. En fin, una gran cantidad de requisitos vinculados a la calidad del producto que no todos los talleres pueden cumplir. Es en este sentido que predomina la competencia por calidad e innovación. Generalmente, los mejores y más interesantes productos solo se encuentran en el mercado internacional; no son exhibidos ni vendidos en La Palma ni en el mercado nacional.

En este punto vale la pena describir un poco la historia de la comercialización de los productos de La Palma, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. En los años 70, cuando se inicia la producción de artesanía en La Palma, la demanda era muy reducida en El Salvador en general. Había pocas tiendas y no existía el mercado internacional de artesanías que luego se formó con el apoyo del Gobierno Central, y se empezó a crear una mayor oferta acompañada con la creciente demanda de los productos artesanales. Esto, por supuesto, ha beneficiado no solo a los talleres que se estaban apenas iniciando en La Palma, sino a todos los artesanos en el país. Pero también es en los años 70 cuando se logró exportar estos productos a diferentes países, principalmente en la región centroamericana, siendo Costa Rica y Panamá los lugares de destino más importantes en ese momento (por lo menos para los productos de La Palma). En los años 80 esto se aumentó aún más por los vínculos establecidos por la solidaridad, la formación de nuevas empresas exportadoras y

de intermediación, y vínculos más directos con organismos internacionales de cooperación que buscaban nuevas formas de apoyar a las poblaciones de escasos recursos en el mundo. Este último es sumamente significativo para los talleres de La Palma, por dos razones. En primer lugar, la demanda internacional creció enormemente y bajo reglas que han procurado dar un precio justo a los productores de La Palma. En segundo lugar, con el aumento de la competencia internacional, estos organismos internacionales de cooperación empezaron a establecer vínculos directos con algunos de los talleres para la exportación, y eliminaron una de las capas de intermediación. En esta forma, algunos talleres comenzaron a incursionar directamente en el mercado internacional.

Pero la manera en que este proceso ha transcurrido es sumamente importante también. Por lo general, no ha resultado como iniciativa de los artesanos. Ha sido el resultado de la visita al país de un representante de la empresa extranjera u organismo internacional en procura de conocer directamente a los propietarios de los talleres.

Sin embargo, es importante destacar que la intermediación de empresas en San Salvador sigue siendo muy importante, incluso para el mercado de "comercio justo",[35] donde la mayoría de los que exportan lo hacen a través de relaciones con empresas de comercio justo, las cuales representan además los pedidos más grandes. La intermediación de las empresas nacionales, en muchos casos es necesario para garantizar calidad, cantidad y las entregas a tiempo. Además, como se describió arriba, muchas veces esta intermediación nacional es la que permite la cooperación entre establecimientos de La Palma.

Esto nos lleva a analizar otro punto: cómo se establecen los precios. En cuanto a los precios en los talleres, los propietarios de los más grandes y formales que están exportando y compitiendo en

35. El mercado de comercio justo se ha estado expandiendo y ha incluido esfuerzos como Pueblo to People (que se liquidó hace varios años), 10,000 pueblos, Oxfam, Catholic Relief Services, Traidcraft, SERRV Internacional, etc. Estas organizaciones/empresas procuran establecer relaciones más equitativas en el comercio internacional, fomentando una cultura de inversión de ética y relaciones de intercambio más justos. Muchas de estas empresas que han surgido en Europa o Estados Unidos lo han hecho a raíz de las tradiciones cristianas, e incorporan programas crediticios y de capacitación.

base a la calidad han aprendido a costear sus productos incluyendo los insumos, mano de obra, transporte y ganancia. Por lo general, la ganancia oscila entre el 15% y 30% arriba de los costos, que se agrega a cada unidad producida. Esto no es el caso entre los talleres más pequeños e informales, que venden principalmente en el mercado salvadoreño. Estos, por lo general, no tienen tan claro cómo sacar los precios, especialmente cuando tienen que ver con su mano de obra. Un artesano, propietario de un taller grande, opina que "en los talleres familiares, se confunden la mano de obra familiar con las ganancias" y terminan vendiendo productos mucho más baratos y de baja calidad.

Los intermediarios en San Salvador calculan sus costos agregando al precio de los talleres, los costos de control de calidad, empaque, papeleo de exportación, etc., y su ganancia que está generalmente alrededor del 25% para la exportación. Para la venta en el mercado salvadoreño, la ganancia puede ser un poco más. Según algunos de los intermediarios, las empresas de comercio justo en el exterior multiplican por 4 el precio de venta a ellos (es decir, la producción en La Palma más la intermediación en San Salvador) para cubrir sus costos y alrededor de 15-25% de ganancia. Con la ganancia, por lo general se invierte en los otros programas asociados a la empresa de comercio justo. Concretamente, la ganancia de un producto vendido al consumidor final en el exterior representa alrededor del 50 a 60% de su costo y esta ganancia es dividida proporcionalmente entre el dueño del taller, el intermediario y la empresa en el exterior. En conversaciones con los dueños de los pocos talleres que están exportando directamente, el margen de ganancia puede llegar hasta un 70% pero es muy raro este margen. Por otra parte, el mercado internacional es tan competitivo que incluso las empresas de comercio justo tienen que evaluar si pueden vender un producto o no, basándose en los costos de producción del producto y si pueden multiplicar estos costos por 4 y todavía venderlo. En gran medida eso es lo que motivó a muchas de estas organizaciones a buscar relaciones más directas con los productores de artesanías.

Esto introduce la discusión sobre la intermediación. Es común escuchar la queja de que son los intermediarios los que llevan la mayor parte de la ganancia en los productos. Esto es probablemente muy

cierto con los productores más pequeños que manejan talleres familiares y no calculan los costos de mano de obra. Pero el papel de los intermediarios es también importante. En muchos casos, sin la intermediación, no existirían los pedidos y la exportación. Los intermediarios son los que venden los productos de La Palma en el mercado nacional de El Salvador y juegan un papel importante en la exportación, que no tan fácilmente se ha podido sustituir. El control de calidad, seguir todas las especificaciones en los pedidos, el proceso de empaque y el papeleo de exportación son actividades importantes en la intermediación y son pocos los talleres que han podido cumplir con estos requisitos, sin mencionar el volumen del pedido. Al fallar en estas áreas, se puede echar a perder un mercado, y de hecho hay precedentes sobre esto en La Palma. Por otra parte, muchas veces los pedidos son grandes y no pueden ser satisfechos por un solo taller. Los intermediarios logran repartirlos entre varios talleres y cumplir sin crear mayores roces entre los propietarios de los talleres en La Palma. Muchos conflictos en La Palma han surgido entre talleres debido a cómo se ha repartido un pedido cuando la distribución ha sido controlada por un solo propietario, y esto deja rencores duraderos que dificultan la cooperación entre artesanos.

Adicionalmente, un comerciante en el mercado internacional de artesanías de San Salvador opina que los intermediarios son necesarios porque al realizar ese trabajo el artesano, este se convierte en comerciante y no en productor de artesanía. Difícilmente puede realizar las dos cosas y hacerlas bien. O está en su taller produciendo artesanía, o está comercializando los productos y ganándose la vida como comerciante pero no como artesano. Quizás no se debe ser tan tajante en esta división del trabajo, pero es importante el señalamiento. Lo que sí es necesario es que los productores tengan mayor conocimiento sobre cómo funciona la comercialización en todos sus momentos para poder saber, no solo cómo se reparten los costos y ganancias en la cadena de comercialización, sino también cuáles son las exigencias en los diferentes mercados en que se comercializa, para poder adaptar productos a esas exigencias. Obviamente, los mercados más exigentes donde la competencia es principalmente en base a la calidad son los espacios de comercialización que ofrecen mayor potencial de crecimiento y ganancia para los talleres de La Palma.

Pero no son solo los establecimientos artesanales en forma individual los que pueden incidir o influir en el rumbo que toma la aglomeración productiva. En la siguiente sección se analiza el papel de otros actores importantes en la comunidad de cara a las dinámicas económicas locales.

INSTITUCIONALIDAD EN LA PALMA

Como se ha desarrollado en el capítulo analítico, la institucionalidad es un aspecto sumamente importante en la discusión referente las dinámicas locales. Los actores presentes en un lugar pueden influir mucho en la calidad de vida de los residentes, y al analizar la aglomeración económica, pueden influir en el rumbo. Pero, al hablar de estos actores, hay que tomar en cuenta varios factores. Estos son:

- El número de actores locales y no locales
- Los ejes principales del trabajo de los actores
- La interrelación entre los actores
- El liderazgo con respecto a las iniciativas locales

Cualificando estos cuatro factores, uno puede decir más sobre el potencial para construir procesos económicos más equitativos, y el papel que pueden jugar estos actores. Antes de iniciar esta discusión con respecto a La Palma, se quiere explicar un poco más sobre estos factores.

En primer lugar, es importante tener actores físicamente presentes en la localidad para que se pueda decir que sí existe cierto nivel de densidad institucional. Pero no es solo la cantidad la que importa. También hay que saber quiénes son. Hay diferentes tipos de actores y aquí vale la pena diferenciar entre ellos a partir de su origen y accionar territorial. En primer lugar existen los actores locales que pertenecen y actúan solo en la localidad. Estos son los más com-

prometidos con la localidad dado que todo su accionar se enfoca en ese espacio y las decisiones que se toman emanan de las personas que son del lugar. Ejemplos de estos son los comités de desarrollo comunal (ADESCOs), comités de padres de familia, cooperativas, alcaldías, empresas de naturaleza local, etc. Por otra parte, hay actores no locales, pero físicamente presentes en la localidad. Estos actores establecen oficinas en la localidad, trabajan muy de cerca con la población en el lugar, pero, por lo general, laboran en otros lugares también y tienen una oficina central que coordina el trabajo en los distintos territorios. La diferencia primordial entre los actores locales y no locales es que las decisiones claves de estos no se toman en la localidad ni sobre la localidad sino en la oficina central. Esto implica una relación potencialmente menos comprometida con la localidad, e incluso con la posibilidad de que el actor pueda salir de ella. Ejemplos de este tipo de actor son entidades del Gobierno Central presentes en el municipio (escuelas, centros de salud, policía, juzgados), iglesias, organizaciones no gubernamentales (ONG) con oficinas y personal allá destacados, y empresas cuyos dueños no son de la localidad, entre otros. Hay también otros actores no locales sin presencia física en el poblado. Sus características en tanto a su forma de trabajo son semejantes a los actores no locales con presencia física, pero, en vez de trabajar desde una oficina en la localidad, hay empleados que viajan de otras partes para atender sus intereses en la localidad. Esa falta de presencia física implica un vínculo menos fuerte con la localidad. Esto no significa que su participación y acción no son importantes, pero su relación puede romperse con más facilidad. Ejemplos de estos actores tienden a ser instituciones del Gobierno Central (FISDL, ISDEM, Procuraduría de Derechos Humanos, etc.), y ONG nacionales o internacionales.

En la identificación de la cantidad y tipo de actores o instituciones presentes en una localidad hay también que tomar en cuenta los ejes de trabajo de los organismos. En este sentido, interesa saber si la organización enfoca su trabajo en los temas económicos o no, y en caso de hacerlo, si esto está relacionado con la aglomeración productiva. Concretamente, en una localidad se puede tener un buen número de diferentes actores trabajando, pero solo dedicados a la educación, salud, medio ambiente, etc. O se puede tener actores tra-

bajando en los temas económicos, pero no relacionados con la actividad principal de la localidad. Así que, es necesario también tomar en cuenta las prioridades y proyectos realizados por el actor.

El tercer factor tiene que ver con las relaciones entre los actores. No es lo mismo tener un buen número de organizaciones trabajando separadamente que tener pocas instituciones coordinando sus esfuerzos. La calidad de las relaciones entre los actores puede generar un conjunto más fuerte de actores y acciones en el momento de influir en las dinámicas locales.

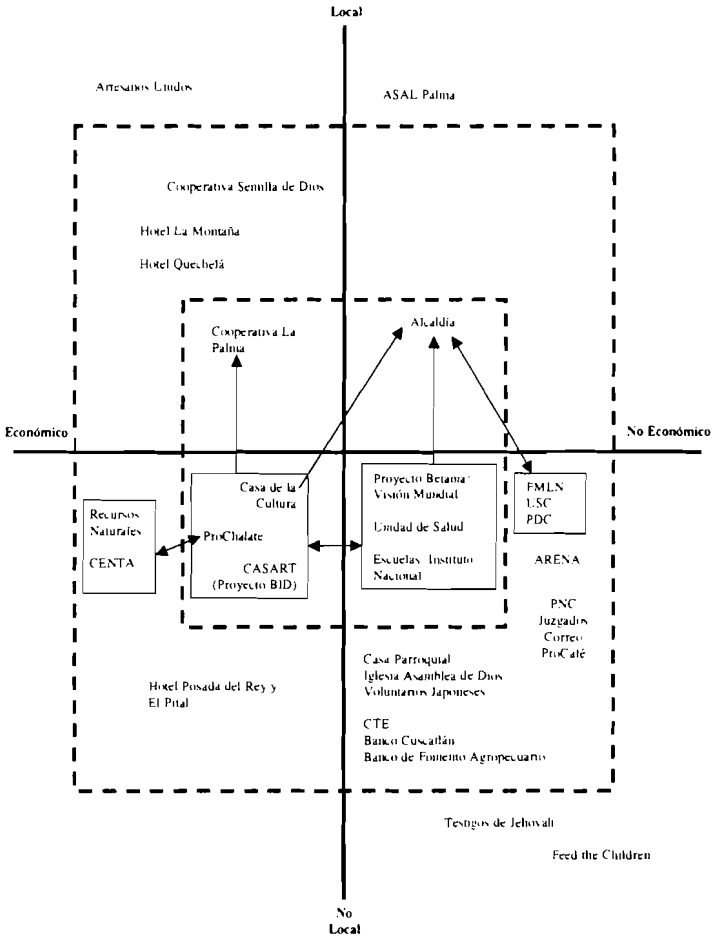
El último factor considerado se relaciona con origen del liderazgo en el desarrollo de las iniciativas. Es sumamente importante que las iniciativas sean lideradas por los actores locales. Si las iniciativas están motivadas por actores no locales, estas tienden a ser insostenibles, especialmente si el actor líder deja de trabajar en la comunidad. Pero si las actividades están motivadas y lideradas por actores locales, el riesgo de insostenibilidad por razones de falta de dirección es menor. Es probable que los actores locales necesiten el apoyo, consejo, asistencia técnica y dinero de actores no locales para lograr sus iniciativas, pero estas deben nacer *de* y *ser* dirigidas por los actores locales.

Entonces, la densidad institucional puede ser cualificada por la cantidad y tipo de actores en la localidad, sus ejes de trabajo, las relaciones entre los actores, y el liderazgo en los proyectos o iniciativas. Esto implica que la densidad institucional es dinámica con múltiples maneras de conformarse y reconformarse. Al analizar la densidad institucional presente en La Palma y cualificar su configuración de cara a la actividad artesanal, se encuentra una situación sumamente rica, la cual es representada por el diagrama 2.

En primer lugar, el diagrama está dividido en cuatro segmentos. La línea vertical distingue entre la territorialidad de los actores (local contra no local) y la línea horizontal divide entre el enfoque de acción de los actores (económico y no económico). En cuanto a la territorialidad de los actores, los actores locales están ubicados en la parte superior del cuadro y los no locales (pero físicamente presentes[36]) en la parte inferior. Por otra parte, las entidades que trabajan

36. No se toma en cuenta los actores no locales sin presencia física en la localidad

DIAGRAMA 2



dado que se ha dado prioridad a los actores físicamente presentes en La Palma.

en los ejes económicos que nos concierne[37] están ubicadas al lado izquierdo del cuadro; en el lado derecho están las instituciones que trabajan en otros temas que no están necesariamente vinculados con la aglomeración productiva.

Entonces, los actores locales dedicados a la actividad artesanal están ubicados en la parte superior izquierda; los actores locales dedicados a otras actividades sin mucho vínculo a la actividad artesanal están ubicados en la parte superior derecha; en la parte inferior izquierda se encuentran los actores no locales trabajando en temas relacionados con la aglomeración productiva; y en la parte inferior derecha se encuentran los actores no locales dedicados a otras iniciativas.

Los actores ubicados más cerca del cruce de los dos ejes, se consideran los actores más importantes para la comunidad y con más relaciones entre sí. Esto no quiere decir que los otros no sean importantes, pero las actividades de estos actores tienen un impacto sustancial en la vida local. Los actores ubicados en la franja intermedia tienen menos impacto en la vida de La Palma y sus relaciones con los demás son menos frecuentes y fuertes. Los actores en la franja exterior del cuadro trabajan de una forma más aislada y con mucho menos impacto en la comunidad, en general. De nuevo, esto no quiere decir que no mantienen vínculos con otros actores, o que sus actividades no son importantes; sin embargo, su influencia relativa es menor.

Por otra parte, hay actores que mantienen distintos tipos de relación entre sí. Se puede notar que alrededor de varios actores hay un cuadro con línea sólida, lo cual indica que hay mucha colaboración entre estos, o una relación de coalición explícita. Las flechas indican relaciones más articuladas entre los distintos actores; una línea con una flecha en una sola dirección indica que la relación o las actividades surgen de un actor hacia el otro, en busca del apoyo del otro. Esto

37. En este caso se ha incluido actores trabajando directamente en las dinámicas de las artesanías, además del turismo ya que hay un importante proyecto vinculando la producción artesanal y la promoción turística de la zona. Es importante notar que los actores ubicados en ese cuadrante no necesariamente dedican todas sus energías a las actividades de la aglomeración productiva, pero sí se considera que sus esfuerzos en ese campo son importantes.

implica que la iniciativa y liderazgo de la acción nace de una de las partes y no de las dos. Las líneas con doble flecha indican una relación mutua donde acciones tienden a sugerir a partir de una relación más concertada con liderazgo compartido.

El diagrama no refleja todas las interacciones y relaciones existentes entre los actores de la comunidad pero sí las más importantes al analizar la densidad institucional. Como se puede observar del diagrama, La Palma cuenta con una cantidad considerable de actores, tanto locales como no locales.[38] En parte se debe a la propia historia de la actividad artesanal donde hay varias instancias de cooperación mutua entre artesanos que se ha formado en la comunidad. De hecho, comparado con otras comunidades artesanales, La Palma cuenta con el mayor número de cooperativas o iniciativas de cooperación productiva (Pérez Sáinz y Andrade Eekhoff, 1998). Por otra parte, el impacto de la guerra civil en la zona, tanto en La Palma como en todo el departamento de Chalatenango, ha generado esfuerzos organizativos importantes. Esto, como veremos un poco más adelante, es uno de los elementos más positivos y a la vez negativos en cuanto al reto de buscar colectivamente relaciones económicas más equitativas al interior de La Palma y con los intermediarios nacionales e internacionales.

Además de la gran cantidad de instituciones presentes, fácilmente se nota que la mayoría son actores no locales.[39] Aunque la mayoría

---

38. Para un resumen de cada actor, incluyendo información sobre su génesis y historia en La Palma, sus objetivos y finalidades, los programas que implementa actualmente, los impactos sobre la población y nivel de aceptación en la comunidad, y la interacción con otras instituciones en La Palma, se puede ver el anexo en Andrade-Eekhoff, K. (2000)).

39. La ubicación específica de cada actor en los cuatro segmentos del cuadro no es una asignación al azar; sin embargo hay ciertas instituciones que podrían estar ubicadas en diferentes cuadrantes. Por ejemplo, el Hotel La Montaña está ubicado como un actor local económico porque el propietario del hotel es residente de La Palma pero el funcionamiento del mismo está en manos de un guatemalteco, el mismo dueño de los hoteles Posada del Rey y El Pital. Estos últimos están ubicados en el cuadrante no local debido a que el dueño no es de la Palma, ni vive en ella. Otra institución que podría pertenecer al cuadrante superior, pero está ubicado en la parte inferior, es el Proyecto Betania de Visión Mundial. El Proyecto Betania tiene personería jurídica de La Palma, pero todo su accionar depende de Visión Mundial.

de gente involucrada en una buena parte de las instituciones no locales son residentes de La Palma, muchas decisiones tomadas con respecto al trabajo de la institución, no consideran las dinámicas específicas de la localidad. Por otra parte, la interrelación entre actores se encuentra principalmente con las instituciones no locales. Ellos son los que mantienen relaciones mutuas más productivas y duraderas. Además, los programas y proyectos tienden a ser impulsados por los actores no locales hacia los actores locales. Es decir, la iniciativa y liderazgo en los esfuerzos nacen de los actores no locales, con el involucramiento de los estos. Sin embargo, el liderazgo en las iniciativas generalmente no brota de las instituciones locales ni es asumido por estas.

Como se menciona arriba, estas dinámicas de liderazgo e interrelaciones entre los actores locales están incrustadas en las propias historias vividas por la población. Uno de los factores tiene que ver con malas experiencias entre los mismos artesanos. Esto se debe a los intentos poco fructíferos de formar cooperativas o instituciones de beneficio mutuo junto con la competencia "desleal" y en base a la imitación entre los artesanos. Estas pocas experiencias positivas no se borran de la memoria de los artesanos, y afectan los intentos en consolidar formas más colectivas de actuar. Un ejemplo de esto tiene que ver con un esfuerzo que nació de los artesanos locales para enfrentar una amenaza de un intermediario internacional. Durante los años 80, un intermediario norteamericano se frustró con los artesanos quienes no cumplían con los tiempos para los pedidos. Llegó a decirles que iba a abrir una fábrica de artesanías en Honduras. Los artesanos se preocuparon por las implicaciones que podría tener tal amenaza. Decidieron colectivamente que su mejor opción era buscar una manera de patentar sus diseños. Muchos entregaron sus diseños, algunos de los cuales no habían sido exhibidos en La Palma. El intermediario nunca llevó a cabo su amenaza, pero la iniciativa de juntarse para buscar una solución colectiva terminó dañando las relaciones entre los artesanos. En vez de lograr patentes y acuerdos entre los productores, varios artesanos empezaron a copiar y vender los productos con base en los diseños elaborados y presentados a la colectividad para la patente. Un final poco feliz para una iniciativa local de colaboración frente a una amenaza externa.

No obstante esta y otras experiencias negativas, los artesanos han podido lograr nuevos esfuerzos de cooperación. La Cooperativa La Palma es un actor local importante donde se han logrado juntar alrededor de 30 productores para iniciativas que beneficien a la colectividad. Por otra parte, como ya hemos descrito, hay otras maneras informales en que los artesanos cooperan entre sí, a veces prestando insumos o compartiendo información, y a veces asociándose para la producción. Sin embargo, esfuerzos más globales siguen afectados por las experiencias anteriores.

Mientras que las relaciones económicas han afectado la capacidad de responder en una forma colectiva a los retos que enfrentan los artesanos, son las relaciones políticas las que más impacto tienen en la capacidad de trabajar en conjunto o no. Como ya se ha descrito, La Palma fue escenario de guerra. Hay diferencias de opinión muy fuertes que se dan debido a afiliación o asociación política. No son en sí las diferencias de opinión las que impiden esfuerzos más positivos de cooperación, sino la visión del otro como el "enemigo" que era durante la guerra. Posterior a los Acuerdos de Paz, el sacerdote intentó un proceso de conciliación entre los pobladores, pero murió antes de consolidar el proceso. Y en el taller en La Palma donde se compartieron los resultados de este estudio, uno de los puntos destacados fue la necesidad de emprender un proceso de reconciliación. Las elecciones de marzo 2000 para elegir al alcalde demostraron la enemistad existente principalmente entre los afiliados al partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) y los del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN). Hubo acusaciones de compra de votos y antes de la elección hubo preocupación de fraude electoral. El ganador de esa elección y actual alcalde surgió de una coalición entre el FMLN, el Partido Demócrata Cristiano (PDC) y el ahora inexistente Unión Social Cristiana[40] (USC). Separados, no hubieran ganado, pero en coalición sumaron suficientes votos para lograr mayoría y ganar las elecciones después de tres gestiones de ARENA.

---

40. El USC tuvo que disolverse porque ganó menos del 2% del voto total en el país aunque logró ganar unos puestos locales en varios municipios.

Pero no solo en momentos electorales es que los roces políticos afectan a las dinámicas locales. Las diferencias políticas penetran el tejido socio-productivo manifestándose de múltiples maneras. Lo más concreto, en lo que nos concierne aquí, tiene que ver con la capacidad de establecer relaciones horizontales entre los actores locales para llevar a cabo una iniciativa. Por ejemplo, el Presidente de la Cooperativa La Palma está también afiliado al FMLN, y la Presidenta de ASAL Palma es la esposa del ex-alcalde, afiliado a ARENA. Las dos instituciones no tienen vínculos con los partidos políticos pero tampoco mantienen relaciones entre sí. Es dudable que representantes de una de las organizaciones llegarían a reuniones donde están miembros de la otra. En las pocas ocasiones donde ha sucedido, ha sido evidente la poca confianza entre los partes. Son estas divisiones existentes en la comunidad las que afectan las interacciones entre las instituciones locales, resultando en poca densidad de relaciones entre ellas, y en donde la mayor densidad y liderazgo converge en los actores no locales, que no están necesariamente sujetos a estas historias comunitarias, aunque realizan sus actividades inmersas en sus dinámicas. E, irónicamente es por ser una zona exconflictiva que existen tantas instituciones tanto locales como no locales que funcionan en La Palma. Pero la conflictividad sigue debilitando la capacidad local para consolidar y tomar las riendas de un proyecto común.

Por otra parte, se supone que el papel de la alcaldía de cara a la densidad institucional debería ser importante, especialmente en cuanto a las dinámicas económicas locales. Pero la alcaldía, a pesar de ser un actor importante en las dinámicas locales, ha estado poco presente en las iniciativas con respecto a la producción artesanal. Pese a que los alcaldes en años más recientes han sido o son artesanos,[41] no se concibe un papel para la alcaldía en fortalecer la aglomeración productiva. Esto no es un problema exclusivo de la municipalidad de La Palma. De hecho, es probable que la gran mayoría de alcaldías del país no visualizan un papel en el fortalecimiento de las dinámicas

41. Tanto el alcalde actual de la coalición como el ex-alcalde del partido ARENA fueron capacitados por Fernando Llort, siendo unos de los primeros artesanos locales. Cada uno ha manejado su propio taller aunque se dedican a otras actividades también.

económicas si no tiene que ver con la construcción de obras públicas o infraestructura. No es que las obras no sean importantes para lograr mejoras en las actividades productivas, sino que el papel de los funcionarios locales no debe reducirse a garantizar que se instale agua potable o se pavimente una carretera o la introducción de luz eléctrica. Pero la alcaldía ha tenido una débil relación con los demás actores en la localidad. Quizás esto cambie ahora, pero no todo se debe a la persona en el puesto. Si no existe una visión compartida entre los funcionarios locales sobre el papel que pueden jugar en el fomento de un mejor tejido socio-productivo, la persona en el puesto va a encontrar muchas dificultades en cambiar su rol en la gestión socio-económica. Por esto, no hay flechas de colaboración que emanen de la alcaldía en el diagrama (menos la que está vinculada con los partidos), ni relaciones más consolidadas entre la alcaldía y los actores locales económicos y no económicos. Esto es quizás uno de los retos más grandes para lograr una mejor acción desde los actores locales. La alcaldía podría ser el actor local que potencialmente pueda dirigir e incentivar iniciativas que fortalezcan el tejido socio-productivo.

La situación relativa de La Palma comparada con otras comunidades en tanto a la densidad institucional es realmente muy positiva. Hay muchos actores, y un buen número dedicados a fortalecer la aglomeración productiva. Hay interrelación entre ellos, especialmente los actores no locales. Pero la debilidad más fuerte tiene que ver con el liderazgo local. Las acciones realizadas en La Palma tienden a ser liderados por los actores no locales con el apoyo de los actores locales. Esas acciones no son retomadas como propias ni nacen de las iniciativas de los actores locales. En este sentido, hay un reto muy importante que podrían jugar los actores locales en el fortalecimiento de la densidad institucional: el actor idóneo para tales propósitos es la alcaldía.

Para poner en práctica ese reto hay que buscar un proyecto colectivo que genere un ámbito de acción local en función de la equidad, la sostenibilidad en el mercado (específicamente el mercado internacional), y el fortalecimiento de las relaciones y el liderazgo de los actores locales en La Palma. En la siguiente sección se presentan algunas ideas al respecto y por donde se pueden dirigir los enfoques. No son recetas; se pretende traer a la discusión las implicaciones de

la inserción en un mercado global, tomando en cuenta el bienestar de la población, las dinámicas de los productores y el papel de los actores locales en el análisis de las dinámicas económicas locales a partir de problemas muy pertinentes para los residentes de La Palma.

DINÁMICAS ECONÓMICAS LOCALES EN LA PALMA: RETOS Y POSIBILIDADES FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN

Lo que se ha analizado en este capítulo tiene que ver con las preocupaciones más básicas de la sociedad. ¿Cómo se puede garantizar una mejor calidad de vida para la población? ¿Cómo se puede crear más y mejores trabajos que influyan en el bienestar de los hogares? Frente a la globalización, ¿cuáles son algunos de los puntos claves para asegurar que los trabajos que se generan en la localidad no sean tan espurios? Y, ¿qué papel pueden y deben jugar los actores locales en estas dinámicas locales y globales? No hay recetas a estas inquietudes, pero el caso de La Palma presenta una serie de consideraciones y recomendaciones que en primer lugar se dirigen a los actores de esa comunidad, pero que en segundo lugar sirven para el análisis de otras localidades.

El diagrama 3 presenta una síntesis de los retos que implican distintas opciones con respecto a la inserción en el mercado de la aglomeración productiva tomando en cuenta el tipo de competencia que predomina y la relación que esto tiene con la institucionalidad en La Palma y los hogares.

En primer lugar, se considera que el punto de partida en este análisis tiene que ver con las cadenas comerciales tomando en cuenta la inserción en distintos mercados que implican diferentes mecanismos de competencia. Estas inserciones y sus formas de competir tienen un impacto en la generación de empleo e ingresos y hay diferencias importantes en términos de cantidad y calidad. Por otra parte, el papel que los actores locales puedan jugar varía según los diferentes escenarios.

DIAGRAMA 3

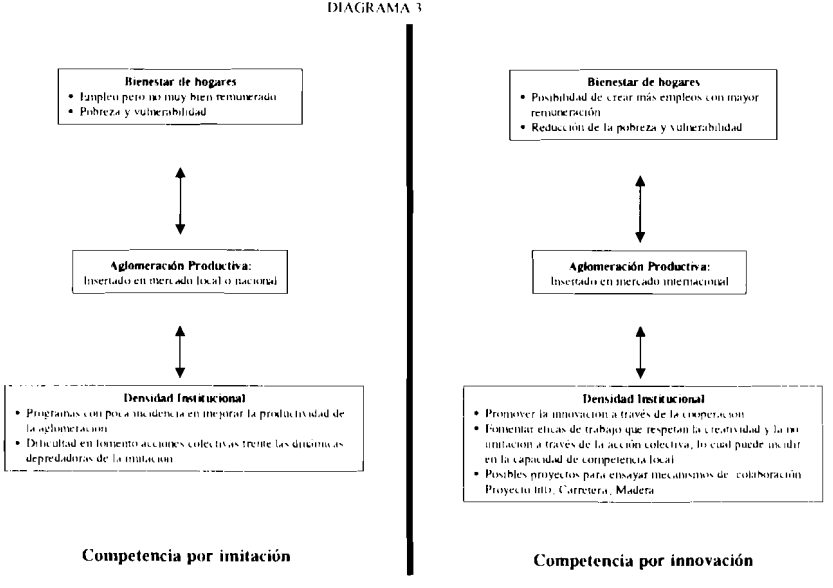


DIAGRAMA 3
Bienestar de hogares
• Empleo pero no muy bien remunerado
• Pobreza y vulnerabilidad
Aglomeración Productiva:
Insertado en mercado local o nacional
Densidad Institucional
• Programas con poca incidencia en mejorar la productividad de la aglomeración
• Dificultad en fomento acciones colectivas frente las dinámicas depredadoras de la imitación
Competencia por imitación
Bienestar de hogares
• Posibilidad de crear más empleos con mayor remuneración
• Reducción de la pobreza y vulnerabilidad
Aglomeración Productiva:
Insertado en mercado internacional
Densidad Institucional
• Promover la innovación a través de la cooperación
• Fomentar éticas de trabajo que respeten la creatividad y la no imitación a través de la acción colectiva, lo cual puede incidir en la capacidad de competencia local
• Posibles proyectos para ensayar mecanismos de colaboración Proyecto Info. Carretera, Madera
Competencia por innovación

Empezando por el lado izquierdo del diagrama, si la aglomeración productiva se concentra en la competencia en base a la imitación, lo que predominan son los mercados que se fijan más en los precios y no en la calidad o innovación de los productos. En el caso de La Palma, estos son los mercados locales y nacionales. Estos dos mercados están bastante saturados y no hay muchas posibilidades de expansión. En cuanto a lo que esto implica en la generación de empleo e ingresos para los hogares de La Palma, mientras que se garantiza cierta estabilidad en relación con el empleo, la presión siempre va a ser en términos de reducir costos y esto implica principalmente bajar o eliminar la remuneración. En esta forma, la artesanía continuará siendo una opción de empleo, pero con altos niveles de vulnerabilidad y pobreza. No se podrán generar mejores trabajos y más trabajos en esta forma, y los talleres dependerán en mayor medida de la mano de obra familiar no remunerada. Por otra parte, las instituciones presentes pueden seguir apoyando a los propietarios con cursos de administración y diseño, pero las dinámicas de imitación son tales que no fomentan mayores niveles de cooperación entre empresarios. En este estudio se ha visto cómo las formas de cooperación difieren entre talleres con mayores y menores niveles de formalidad empresarial. Los talleres menos formales que compiten en base a precios comparten información e insumos pero están menos propensos a asociarse para la producción o afiliarse a un gremio o cooperativa. Por otra parte, las dinámicas vinculadas a la imitación de los productos genera desconfianza y celos entre los productores. Esto implica que las instituciones presentes en La Palma no contarían con interlocutores colectivos más sólidos con quienes se puedan enfrentar los retos más grandes en La Palma. En fin, mientras que esta forma de competencia e inserción en el mercado es una opción, y ciertamente es la que predomina en La Palma, no ofrece escenarios muy alentadores para generar bienestar ni mecanismos colectivos para enfrentar problemas que afectan a todos.

El lado derecho del diagrama 3 describe otra posibilidad de competencia e inserción en el mercado. Ese escenario genera otras potenciales relaciones y dinámicas de cara a la aglomeración productiva, los hogares y el papel de los actores en La Palma. Ese escenario es obviamente una mejor opción, pero siempre tiene sus

riesgos y dificultades. Sin embargo, si el propósito es buscar mejores empleos para los residentes de La Palma a partir de la aglomeración productiva en la artesanía, hay que buscar alternativas a lo que implica la imitación y los mercados locales y nacionales. En este sentido, se considera que la competencia en base a la innovación ofrece posibilidades más alentadoras, y donde predominan las exigencias vinculadas a la innovación y mayor calidad, es en el mercado internacional. Esto no quiere decir que los precios no tienen importancia. Mantener los precios bajos sigue siendo un requisito; sin embargo, hay mayores márgenes con los que se puede jugar. Por otra parte, el mercado internacional no está saturado de productos de La Palma, aunque estos tienen que competir con productos artesanales producidos en todo el mundo. Aunque la expansión no va a ser tan rápida como lo que se experimentó en los años 80, todavía hay posibilidades de expansión. Por otra parte, como se dijo, los artesanos de La Palma y varios de los intermediarios nacionales están ya vinculados a lo que se conoce como el "comercio justo" a escala internacional. Estos intermediarios internacionales tienen un compromiso explícito en garantizar un pago justo para los productores, y muchos de ellos incorporan programas de crédito y una preocupación por el medio ambiente (algo que puede ser importante para La Palma al hablar sobre la sostenibilidad de la actividad tomando en cuenta el uso de madera como principal materia prima). Estos son otros factores importantes que deben ser tomados en cuenta al pretender incursionar en nuevos mercados internacionales.[42]

El impacto que esto puede tener en el empleo e ingresos es importante. La competencia sobre la base de la calidad e innovación deja mejores márgenes de ganancia para el productor, y se espera mejor remuneración para los trabajadores ya que implica contar con los mejores talentos de La Palma elaborando los productos que se exportan. Por otra parte, si se logra expandir a nuevos mercados, existe la posibilidad de crear más empleos para la población local en condiciones un poco más favorables comparado con las dinámicas de la competencia que se basan en la imitación. Esto puede generar para

42. Para otras recomendaciones más específicas sobre como tratar de abrir nuevos mercados internacionales, véase Andrade-Eekhoff (2000).

los hogares más y mejores ingresos, o por los menos ingresos más estables, resultando en menores tasas de pobreza y vulnerabilidad.

Con respecto a los actores, la competencia por medio de la innovación ofrece otros escenarios de colaboración en base a dinámicas no tan depredadoras. En primer lugar, los artesanos más formales que están incursionando en mercados exigiendo calidad e innovación, están más propensos a asociarse en la producción o a afiliarse a un gremio o cooperativa. Estas son relaciones más formales de colaboración donde hay espacios no solo para aprovechar los intereses individuales, pero también para abordar problemas que requieren soluciones colectivas. Ejemplos de estos tienen que ver con la sostenibilidad de abastecimiento de la madera para los productos o la reconstrucción de la carretera que vincule La Palma con el resto del país. Estos dos retos tienen implicaciones importantes para el futuro, pero no pueden ser resueltos con la acción de un solo actor o individuo. Requieren de acciones colectivas.

En el caso de la madera, hasta el momento solo el taller Semilla de Dios tiene un terreno que se maneja de forma sostenible para proveer una parte de la madera. Pero parte del atractivo turístico de la zona son los bosques, tanto hondureños como salvadoreños; seguir acabando los bosques de forma no sostenible para producir los productos artesanales, tarde o temprano afectará a todos los residentes de La Palma. Sembrar árboles para su posterior cosecha en 10 a 20 años requiere acciones concretas ahora, no hasta en 10 ó 20 años. Se debe empezar a conocer cuán grande es el potencial problema para poder empezar a plantear soluciones más sostenibles. En La Palma existe un conjunto de actores que pueden trabajar en esto. ProChalate, CENTA, Recursos Forestales, ProCafé y Proyecto Betania de Visión Mundial tienen mucho trabajo en los temas agrícolas y forestales. Por otra parte, muchas de las empresas internacionales de comercio justo procuran fortalecer la sostenibilidad de las actividades económicas que apoyan, enfatizando técnicas que protegen el medio ambiente. Habría que explorar las posibilidades de que estos socios internacionales puedan respaldar a los artesanos y a la comunidad entera de La Palma en la evaluación de soluciones a esta problemática. Por otra parte, hay que buscar una forma de actuar en conjunto entre las entidades más vinculadas a la agricultura, el bosque y el medio

ambiente, y las organizaciones y gremios de artesanos, para proporcionar ideas de solución que fortalezcan la sostenibilidad de la artesanía para la comunidad. En este sentido, la alcaldía puede jugar un papel importante en guiar este proceso que fortalecerá el desarrollo económico local. Pero este esfuerzo implica la participación de múltiples actores trabajando en conjunto.

Otro tema de gran importancia para el futuro de La Palma tiene que ver con la reconstrucción de la carretera. Esa reconstrucción ya está en marcha y se ha debatido si la carretera pasará por La Palma o si se construirá un "by pass".[43] Las dos opciones tienen implicaciones importantes para el futuro del municipio. En primer lugar, todos reconocen la necesidad de reconstruir la carretera. Pero si la carretera pasa por el centro de La Palma, las posibilidades para desarrollar servicios turísticos en el casco urbano serán muy reducidas. Sin embargo, el "by pass" permitirá el acceso a La Palma sin el congestionamiento por el tráfico pesado que transita entre Honduras y El Salvador. El problema es que en la comunidad, no hay claridad sobre cuál opción el Ministerio de Obras Públicas ha adoptado y cada día se va acercando más el proceso de repavimentación. Solo con la acción colectiva de los actores locales y no locales de La Palma se va a poder asegurar la mejor opción para los habitantes.

Estos dos ejemplos de la madera y la carretera, son solo eso: ejemplos. Lo importante es encontrar iniciativas donde los residentes puedan trabajar en conjunto para lograr un beneficio colectivo. Pero estas iniciativas pueden ensayar maneras de colaborar, capaces, en primer lugar de mejorar las relaciones locales entre los actores por un lado, y por otro buscar los mecanismos para fomentar la innovación a través de la cooperación. Al fin y al cabo, si se resuelvan otros problemas colectivos sin tomar en cuenta las formas de competencia más depredadoras, la aglomeración productiva no va a poder insertarse de forma duradera en los mercados más dinámicos y generar mejores niveles de bienestar para los pobladores de La Palma. Esto implica que los actores locales deben buscar mecanismos que

43. El "by pass" implica que la carretera pasaría alrededor de La Palma con una conexión a esta.

puedan premiar la innovación y castigar la imitación. Esto no necesariamente significa sanciones. Se puede pensar en acciones para dirigir esfuerzos específicos a artesanos que tienen el potencial real de competir en los mercados más exigentes en cuanto a calidad e innovación y excluir a los que recurren a prácticas depredadoras.

Actualmente, la iniciativa más alentadora es lo que se conoce como el Proyecto BID. El Proyecto BID es una iniciativa financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para fortalecer el turismo y la artesanía en cuatro comunidades, de las que La Palma es una de las que tiene más potencial. Hay actores locales y no locales involucrados con tareas complementarias en la iniciativa. El conjunto de actores puede utilizar este espacio para impulsar la innovación a través de la cooperación. Esto implica la participación no solo de los actores no locales vinculados al proyecto, sino el involucramiento y liderazgo de los actores locales. Para que este esfuerzo sea sostenible e impulsado desde los actores de La Palma, requiere que sean ellos mismos quienes lo retoman como propio y no se quedan esperando a las instituciones no locales para realizar el proyecto. En torno a esto, no solo son las cooperativas o talleres de artesanos, los empresarios de turismo, u otros actores locales que deben tomar las riendas de la iniciativa, sino la alcaldía, ya que puede darle a la iniciativa un impulso que los otros actores locales no pueden generar. La participación de la alcaldía puede ser la semilla para visualizar un papel más protagónico de las autoridades municipales en determinar el rumbo de las dinámicas económicas locales.

Sin embargo, como ya se ha analizado, trabajar juntos no es fácil en La Palma. Las fisuras políticas en la institucionalidad de la comunidad son grandes y profundas y muestran como las diferencias nacionales afectan a la localidad. La Palma fue el primer escenario de negociaciones para finalizar el conflicto bélico que terminó en 1992, pero los conflictos políticos vividos en esa comunidad reflejan la prolongación de las divisiones de la guerra. Lograr la cooperación y colaboración frente estas fisuras implica retomar la tarea del fallecido sacerdote de La Palma, quien inició un proceso de reconciliación. La reconciliación no implica simplemente dejar el pasado atrás y olvidar las historias amargas de la guerra. Ya han pasado más de 8 años desde la finalización del conflicto bélico y

siguen muy vivos los roces y divisiones entre la población. La idea de "borrón y cuenta nueva" no ha logrado la reconciliación. Esto realmente implica un proceso más profundo de reconocimiento de las divisiones y el dolor sufrido entre los habitantes de La Palma para poder empezar a aprender a vivir con las diferencias y reconstruir nuevas maneras de convivir. Sin la reconciliación en las relaciones locales, los retos de hacer de La Palma una aglomeración artesanal más productiva y próspera van a ser todavía más difíciles.

Estos son retos sumamente complejos. Buscar los mecanismos para fomentar la competencia en base a la innovación no es simplemente crear acuerdos entre productores y buscar nuevos mercados en el exterior. Esto implica trascender las relaciones cotidianas entre los pobladores, incursionar en las prácticas productivas, y fomentar valores de ética profesional y artística. Requiere el compromiso de productores y actores locales y no locales. Por otra parte, la reconciliación local no es simplemente decir que el "otro" ya no es el enemigo, sino desarrollar acciones que generan confianza y reciprocidad local sin importar el color político. Los beneficios pueden generar lo que se busca en las dinámicas económicas locales: los círculos virtuosos de la cooperación y la competencia en base a la innovación para producir mejores niveles de bienestar para la población. La alternativa es continuar en la batalla perdida contra los círculos viciosos de la imitación y las fisuras políticas.