



UAGro
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO

CIPES | Maestría en Ciencias: Territorio y Sustentabilidad Social

La influencia de las características socio culturales en la
competitividad de la empresa rural.

Caso: Apícola Miel Tierra Grande, Municipio Mártir de
Cuilapan, Guerrero

Tesis que para obtener el grado de maestra en ciencias: territorio y
sustentabilidad social

Presenta

Indira Flores Salgado

Director de Tesis: Dr. Floriberto González González

Enero de 2018, Chilpancingo Guerrero

Índice

Dedicatoria	3
Agradecimientos.....	4
Introducción.....	6
Capítulo I. Hueytlalpan: espacio rural en desarrollo	10
1.1 Mártir de Cuilapan: municipio de oportunidades	10
1.1.1 Localización	11
1.1.2 Un poco de historia	12
1.1.3 Población indígena	14
1.1.4 Climas, uso de suelo y vegetación.....	15
1.1.5 Datos socioeconómicos	17
1.2 Hueytlalpan: “Tierra Grande”: Un acercamiento al territorio y su cultura.	21
1.3 Apicultura en México, un panorama general	25
Capítulo II. Territorio y cultura en la empresa rural competitiva	29
2.1 Espacio y territorio. Algunas definiciones.....	29
2.1.1 El territorio desde la ruralidad	31
2.1.2 El territorio como espacio para la organización productiva	34
2.2 Cultura e identidad en el espacio rural.....	36
2.2.1 Conocimiento local.....	41
2.3 La empresa rural como elemento de desarrollo local rural	43
2.3.1 La competitividad de la empresa rural	48
Capítulo III. Construyendo colmenas: organización competitiva en apicultura.....	51
3.1 Apícola Hueytlalpan “Miel Tierra Grande”	51
3.1.1 Origen y antecedentes	52
3.2 Organización de la colmena: División de funciones dentro de la empresa ..	58
3.2.1 Aprendiendo de las abejas	60
3.3 Una empresa rural competitiva	61
3.4 Apicultura como un estilo de vida.....	68
3.5 Situación actual de Miel Tierra Grande	71
Conclusiones.....	72
Fuentes de consulta	74

Dedicatoria

A mi mamá, por su apoyo incondicional, por la constante motivación brindada para no claudicar, por ser siempre el pilar en el que me he apoyado para concluir mis objetivos.

Agradecimientos

A mi familia, por ser mi principal motivación para lograr este objetivo.

Al Dr. Pedro Vidal Tello Almaguer, por todo el apoyo otorgado durante la maestría.

A mi asesor y director de tesis, el Dr. Floriberto González González, por su paciencia y apoyo para culminar este trabajo.

A mis maestros: Dra. Alejandra Cárdenas, Dra. Esperanza Hernández, Dr. Neftalí García, por los conocimientos y enseñanzas compartidos en clase, mismos que me sirvieron para elaborar esta tesis.

Al señor Moisés, socio de la empresa apícola Miel Tierra Grande S.P.R. de R.L., por compartir parte de las experiencias de la empresa con las abejas.

Mapa 1: Municipio de Mártir de Cuilapan	11
Mapa 2: Localización de la localidad de Hueytlalpan	12
Mapa 3. Climas de Mártir de Cuilapan	15
Mapa 4. Uso de suelo y vegetación	16
Mapa 5. Comercialización de productos	65
Mapa 6. Localización de colmenas	66
Gráfica 1. Población ocupada por sector	18
Gráfica 2. Indicadores de carencia social	19
Gráfica 3. Localidades de Mártir de Cuilapan: Índices de marginación y de rezago social	19
Gráfica 4. Principales entidades productoras de colmenas en México	27
Gráfica 5. Producción anual de mielen Guerrero	27
Tabla 1. Índice de marginación y rezago social por localidad del Municipio de Mártir de Cuilapan	20
Tabla 2. Destino de las exportaciones de miel	26
Fotografía 1. Transporte Tixtla – Hueytlalpan	22
Fotografía 2. Tierras de cultivo que rodean la localidad de Hueytlalpan	23
Fotografía 3. Ramificaciones desprendidas de la Sierra Madre del Sur circundando Hueytlalpan	24
Fotografía 4. Planta procesadora	57
Fotografía 5. Productos de la empresa	62
Fotografía 6. Productos de la empresa	62
Fotografía 7. Tipos de mieles que producen	64
Fotografía 8. Criaderos de abejas	66
Fotografía 9. Tecnología utilizada	67

Introducción

La presente investigación consistió en analizar los recursos de índole socio – cultural que tiene una empresa rural y cómo influyen para que ésta sea competitiva. El objeto de estudio es una empresa rural, que tiene como giro la apicultura, se dedica a la producción de colmenas para la extracción de miel y sus derivados: polen, propóleo, jalea real, mismos que son procesados para producir otros, que van desde el ramo alimenticio (energéticos, dulces, jarabes, granola), hasta productos para el cuidado e higiene personal (jabones, champús, lociones).

Anteriormente el término ruralidad estaba relacionado con pobreza, rezago, marginación y erróneamente se vinculaba a la agricultura y ganadería como actividades exclusivas del espacio rural, actualmente el concepto de ruralidad se ha sometido a un análisis donde se visualiza que los territorios rurales están siendo trastocados por la modernidad e inevitablemente la globalización, ya que estos conceptos no son exclusivos de los espacios urbanos, sino que inciden y modifican también las áreas rurales.

En estos territorios, se puede ver que hay varias actividades; además de la agricultura y la ganadería, se realizan otras como el turismo, las pequeñas industrias, la minería, artesanía, etc. Entre más amplio sea el número de actividades económicas que se realicen, mayor será el grado de desarrollo en esos territorios. Éstas alternativas de desarrollo tienen en común que están basadas en lo local y el apego identitario de la población con su territorio, la participación e interacción de los actores influye en la construcción y reconstrucción de su espacio revalorando su entorno, además de fomentar la organización y participación de los actores locales en entidades de producción solidarias que tienen como fin generar un desarrollo comunitario.

Las empresas rurales, siendo unidades económicas de tipo social no sólo buscan el beneficio monetario sino que tienen un fin social que es el de contribuir al desarrollo económico como una de las formas para crear tejido empresarial en zonas rurales. Mozas y Bernal, en su artículo *Desarrollo territorial y economía social*, hacen un análisis de la economía social en áreas urbanas y rurales, llegando a la conclusión de que, este tipo de empresas, son agentes de desarrollo económico de la localidad donde se establecen, puesto que “*crean empleo, fijan a la población en su territorio, provocan un crecimiento empresarial, mejoran el bienestar social de los ciudadanos y favorecen las mejoras de las relaciones sociales, incentivan la cultura y la formación*” (Mozas Moral & Bernal Jurado, 2006, pág. 137), entre otros beneficios. Sin embargo, pese a que las empresas sociales existen tanto en localidades urbanas como rurales, es en estas últimas dónde se puede visualizar claramente la relación entre la entidad social y la comunidad.

La empresa rural tiene como característica diferenciadora, recursos como el conocimiento y saberes locales, el apego al territorio, la familia como fuerza de trabajo, características que, para efectos de esta investigación, se han englobado como socio-culturales de la empresa. Con base a esto, surge la pregunta de si es posible que sean estas características las que influyen para que la empresa apicultora Miel Tierra Grande sea competitiva.

El objetivo general planteado para esta investigación, fue analizar cuáles son los aspectos socioculturales (cultura, identidad, saberes, relación familiar) que hacen a una empresa rural ser competitiva. Derivado de este objetivo, se plantearon tres objetivos específicos: a) describir aspectos generales de la empresa rural (antecedentes, organización, modo de trabajo) para sustentar por qué es competitiva; b) resaltar la importancia del conocimiento local y la cohesión social y familiar rural en la funcionalidad de una empresa rural; y c) analizar la importancia de la actividad que desempeña la empresa rural y la relación que tiene con el estilo de vida de los individuos que la conforman. El logro de cada uno de los objetivos ayudó a responder la pregunta de investigación que se planteó al iniciar la

investigación: ¿influyen los aspectos socioculturales (cultura, identidad, saberes, relación familiar) para que la empresa rural sea competitiva?

La presente investigación, fue de tipo exploratorio, en la que se utilizó una metodología de tipo cualitativa; como primer acercamiento se buscó información documental sobre estudios de caso similares, posteriormente se consultaron páginas de internet de instituciones como INEGI, CONEVAL, CONAPO, SAGARPA, SEDESOL, con el fin de tener conocimiento sobre el contexto de la localidad a través de datos generales, estadísticas y mapas. Como técnica principal para el trabajo de campo se recurrió a la realización de entrevistas semiestructuradas; la primera se realizó a uno de los socios de la empresa apícola y ocho entrevistas más a los habitantes de la localidad de Hueyitlalpan, también se tuvo una entrevista con el ahora ex comisario de la localidad para conocer aspectos históricos y datos generales de los habitantes de Hueyitlalpan. También se recurrió a la observación para analizar el entorno de los habitantes de la localidad y de la empresa apícola.

Parte de los resultados que se reportan en el trabajo, se refieren a que: los saberes locales, las experiencias adquiridas a través del trabajo, la cultura y el vínculo con la actividad apícola, sí tienen incidencia en la competitividad de la empresa, estas características son recursos en sí, y les ha permitido crear una forma particular de organizarse para el logro de sus objetivos, teniendo como base el trabajo diario y el trabajo en colectivo, siendo la religión, uno de los aspectos fundamentales de su cohesión social y de trabajo.

La estructura de este trabajo está dividida en tres capítulos. El primer capítulo llamado *Hueyitlalpan: espacio rural en desarrollo* se habla del contexto actual de la localidad en donde se encuentra el objeto de estudio. Primeramente, se describe de manera general el contexto del estado de Guerrero, se mencionan datos generales que dan referencia para abordar la situación económica del estado. Posteriormente, se describe específicamente el contexto local, datos generales, y estadísticos sobre

la localidad rural de Hueytlalpan, se finaliza este capítulo con un panorama sobre apicultura en México y en el estado de Guerrero.

En el segundo capítulo denominado *Territorio y cultura en la empresa rural competitiva* se mencionan los referentes teóricos de las categorías establecidas para los efectos de esta investigación. Se abordan primeramente los conceptos de espacio, territorio y ruralidad para definir la categoría de territorio rural; territorialización para dar paso a los usos del territorio, haciendo hincapié en el uso como espacio para la organización productiva; posteriormente se definen los conceptos de cultura e identidad para pasar a la categoría de conocimiento local, empresa rural y competitividad social.

El tercer capítulo lleva por título *Construyendo colmenas: organización para la producción en apicultura*, en este capítulo final se hace referencia a la parte sustancial de la investigación que es el análisis de la empresa apicultora Miel Tierra Grande. Se inicia con antecedentes, y datos generales de la empresa, para posteriormente presentar el análisis de cómo ha influido el trabajo colectivo, los saberes locales, el conocimiento adquirido y el trabajo diario que por más de 2 décadas se encuentran realizando con las abejas. Se concluye con un apartado de conclusiones donde se exponen los resultados y las propuestas sugeridas.

Capítulo I

Hueytlalpan: espacio rural en desarrollo

1.1 Mártir de Cuilapan: municipio de oportunidades

El estado de Guerrero es una de las 32 entidades que conforman a México, ubicada al sur del país, colinda con Michoacán de Ocampo, Estado de México, Morelos, Puebla, Oaxaca y al sur con el Océano Pacífico. La parte sur del país se caracteriza por poseer tierras fértiles para el cultivo y producción de diferentes alimentos; los climas predominantes en el estado de Guerrero son cálido, seco y templado, con un rango de temperatura media anual de 12 a 30 °C y un rango de precipitación total anual de 500 a 3000 mm. Su superficie abarca 63,596 km² lo que representa el 3.24% del total de superficie del país. En contraste con la riqueza de sus tierras, Guerrero ocupa el segundo lugar en rezago social a nivel nacional después de Chiapas, de acuerdo a cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Guerrero tiene un índice de rezago social¹ del 2.45145 (CONEVAL, 2016).

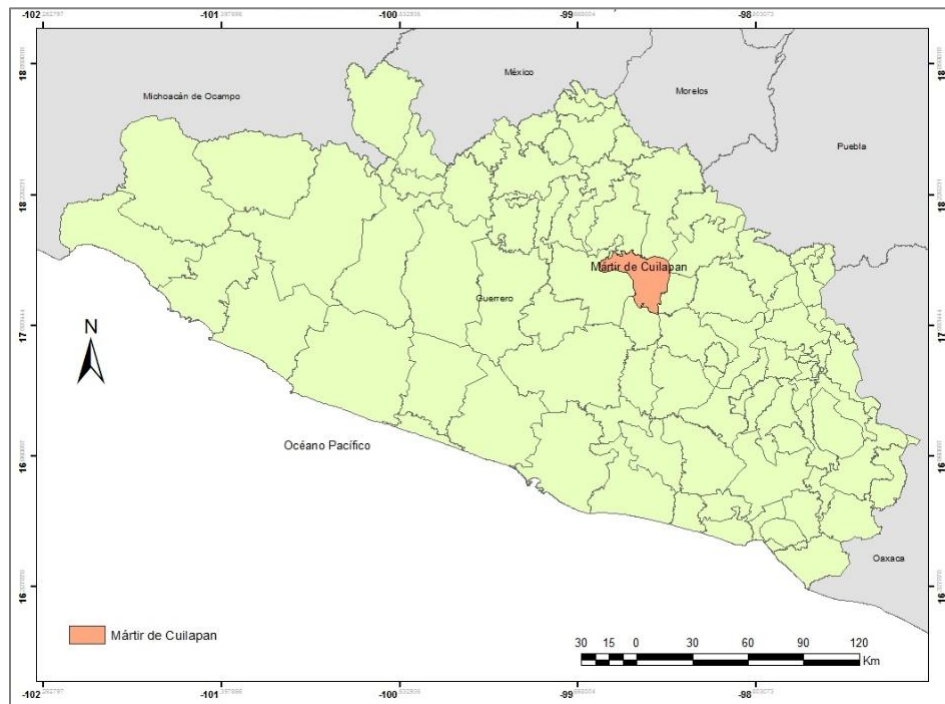
En el estado de Guerrero, de 3,388,768 (INEGI, 2010) habitantes, existe un personal ocupado de 705,363 habitantes, de la cual hay una población ocupada en el sector manufacturero de 57,471 personas, quienes se dedican a la transformación de materia prima en productos de consumo. Dentro de este sector se encuentran las industrias que se dedican a la transformación de materia prima en productos para su comercialización.

¹ El Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social (CONEVAL) define el Índice de Rezago Social como una medida ponderada que engloba resumidamente cuatro indicadores de carencias sociales (educación, salud, servicios básicos y espacios en la vivienda) en un solo índice que tiene como finalidad ordenar a las unidades de observación según sus carencias sociales.

1.1.1 Localización

El municipio Mártir de Cuilapan pertenece a la región Centro. Se encuentra entre los meridianos 17° 38' 25" y 17° 57' 40" de latitud norte, y los 99° 16' 16" y 99° 32' 18" de longitud oeste, presenta una altitud de 1 105 msnm. En el mapa 1 se muestra la ubicación del municipio dentro del territorio estatal.

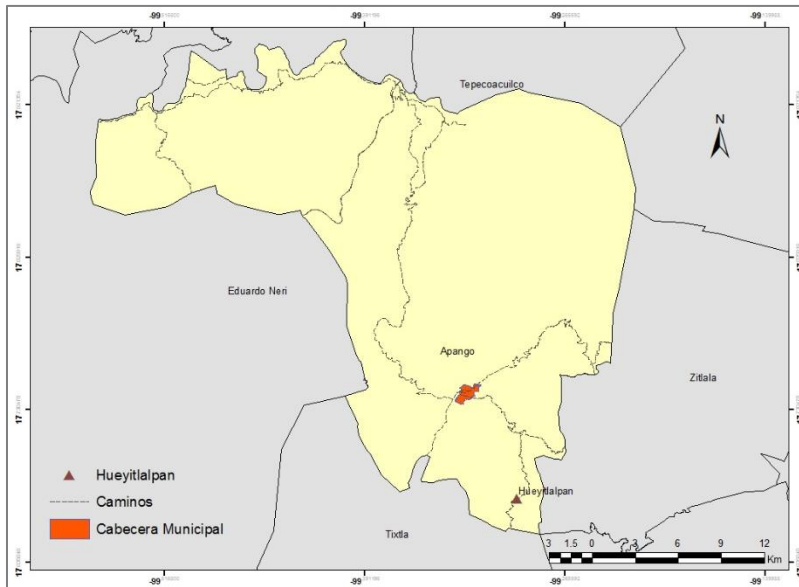
Mapa 1: Municipio Mártir de Cuilapan



Fuente: Elaboración propia utilizando el marco geoestadístico municipal (INEGI, 2015)

Tiene una extensión territorial de 490 km², que representa el 0.77% del total del estado. Su cabecera municipal, Apango, se encuentra a 35 km de la capital del estado. En el mapa 1 se muestra la localización del municipio en el estado y sus colindancias, siendo las siguientes: al norte con Tepecoacuilco de Trujano y Huitzuc de los Figueroa, al sur con Tixtla de Guerrero, al este con Zitlala y Copalillo, y al oeste con Eduardo Neri.

Mapa 2: Localización de la localidad de Hueytlalpan



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI (2015)

En el municipio la principal autoridad es el presidente municipal y en cada una de sus veintiún localidades es el comisario.

1.1.2 Un poco de historia

El municipio de Mártir de Cuilapan formó parte de los municipios que integran el estado con el nombre de Apango. Sin embargo, el 23 de mayo de 1871 por el decreto número 38 se cambió la municipalidad al poblado de Atliaca. El primero de noviembre de 1919 el entonces gobernador Francisco Figueroa, por el decreto número 22, ordenó el cambio de cabecera nuevamente a Apango. Este hecho originó una gran inconformidad con los habitantes de Atliaca lo que desencadenó que en 1920 por el decreto número 27 pasara a formar parte del municipio de Tixtla. Finalmente, el 27 de noviembre de 1926 el gobernador Héctor F. López a través del decreto número 26 giró la orden para que se cambiara el nombre del municipio a Mártir de Cuilapan, en honor al general tixtleco Vicente Guerrero Saldaña quien fuera fusilado en el poblado oaxaqueño de Cuilapan en el año de 1831 (Secretaría de Cultura del Estado de Guerrero, 1992).

No se sabe con certeza cómo llegaron y quienes fueron los primeros pobladores. Se han encontrado algunos vestigios en la región centro que indican que existieron grupos nómadas que recorrían esas tierras en busca de alimento, algunos de esos vestigios son: puntas de flechas, navajas, hachas, cuchillos. La agricultura y la domesticación de algunos animales originó que entre los siglos VII y V antes de nuestra era se formaran asentamientos más estables, lo que permitió un desarrollo material y cultural propio, actualmente conocido como cultura Mezcala la cual abarcaba desde el río con el mismo nombre hasta la costa del pacífico. Posteriormente esta cultura se vio influenciada por la cultura olmeca y la teotihuacana. Los chichimecas alteraron el desarrollo local cuando invadieron ese territorio. En el siglo XI de nuestra era arribaron los nahuacoixcas quienes dominaron los pueblos que habitaban esa región, actualmente se pueden encontrar montículos, petroglifos y una gran variedad de vestigios.

La conquista española no fue difícil en esta zona, ya que los coixcas y los mexicas se sometieron sin oponer resistencia. Las tierras fueron repartidas a los encomenderos españoles con todo y sus habitantes². El objetivo de los encomenderos era llevar la religión católica a los habitantes de las tierras conquistadas y ayudarlos cosa que no sucedió ya que los encomenderos esclavizaron y maltrataron a los indígenas utilizando la fuerza bruta para introducirlos al catolicismo, provocando desde un principio un sentimiento de odio hacia los encomenderos.

El principal centro comercial de Mártir de Cuilapan es Apango ya que desde tiempos de la colonia pertenecía al camino de México hacia Acapulco donde también se conectaba con Chilapa que era en ese entonces uno de los principales pueblos comerciales. En aquella época los mismos terratenientes y comerciantes de Chilapa que promovían la vida comercial de Apango.

² El encomendero era el oficial español que recibía parte de las tierras conquistadas como premio a sus servicios prestados a la corona española.

En el siglo XVII los frailes agustinos iniciaron la colonización, fundando el pueblo novohispano de Apango, el cual dependía de la alcaldía mayor de Tixtla y era cabecera de una república de indios. Para la construcción del templo parroquial los frailes hicieron traer de España madera y material de construcción especial, debido a la importancia que pretendían darle al pueblo para la colonización del sur. En ese mismo siglo se creó en Apango una plaza terminal en el camino de arriería que servía de ramal al camino troncal proveniente de México a Acapulco, que iba a Chilapa, tomando con ello un importante impulso de la actividad comercial y ganadera promovida por los grandes terratenientes de Chilapa. De acuerdo con crónicas de Fray Alonso de la Mota y Escobar, en Apango funcionó durante la corona en una escuela parroquial, en la cual enseñaban latín y filosofía a aquellos indígenas más sobresalientes.

En 1811 se erige la provincia de Tecpan por don José María Morelos y Pavón, Apango quedó incluido directamente en su jurisdicción y lo mismo sucedió cuando en 1821 se constituyó la capitanía general del sur por Agustín de Iturbide, a cuyo mando quedó el general Vicente Guerrero.

Posteriormente, según la división del país que estableció la primera Constitución Federalista de 1824, el ayuntamiento de Apango pertenecía al Estado de México, fue en 1836 cuando Apango pasó a pertenecer al Partido de Guerrero. Después de erigirse el estado de Guerrero Apango pasó a ser considerado formalmente como municipio y en 1922 se aprobó el cambio de nombre a Mártir de Cuilapan.

1.1.3 Población indígena

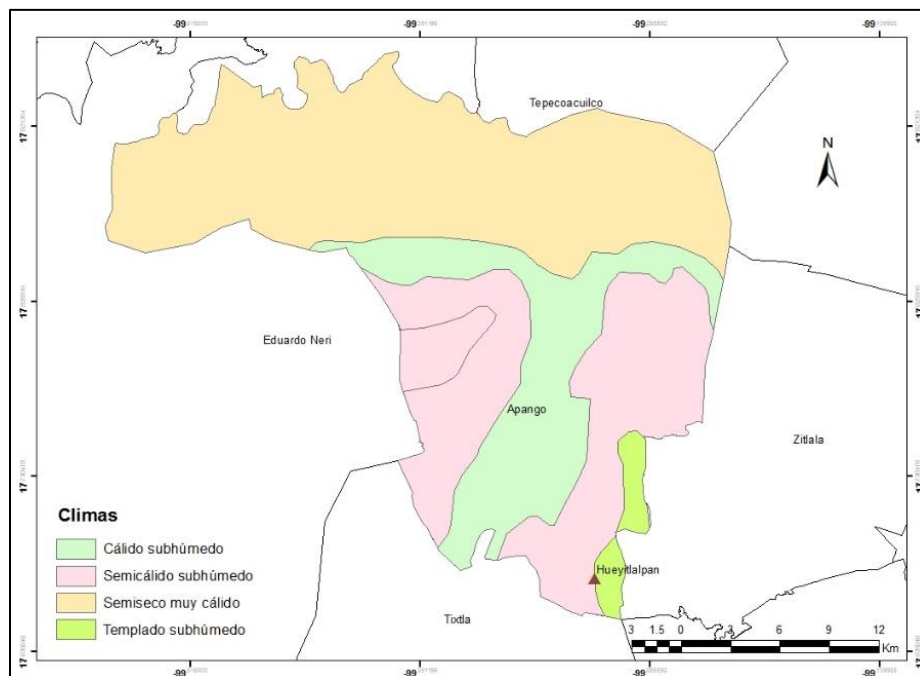
El municipio cuenta con una población total de 17,702 personas, representando apenas el 0.5% del total estatal, es uno de los municipios con más rezago de la región centro.

En cuanto a población indígena, predominan principalmente, nahuas, donde en algunas localidades aún se conserva la lengua originaria y con menos hablantes se encuentra el tlapaneco y el otomí, sumando 8,057 personas mayores de tres años que hablan una lengua indígena, lo que representa un 45.5 % a nivel municipal. Como consecuencia de esto, también se conservan rituales ceremoniales como la petición de lluvias que son adoptados como parte de la cultura en algunas comunidades.

1.1.4 Climas, uso de suelo y vegetación

El clima es caluroso en las riberas del Balsas y templado en las partes altas; durante el año la temperatura oscila entre 25 y 37 °C. Las lluvias son moderadas, el promedio de precipitación anual es de 800 mm. En el mapa se muestran los tipos de clima que tiene el municipio:

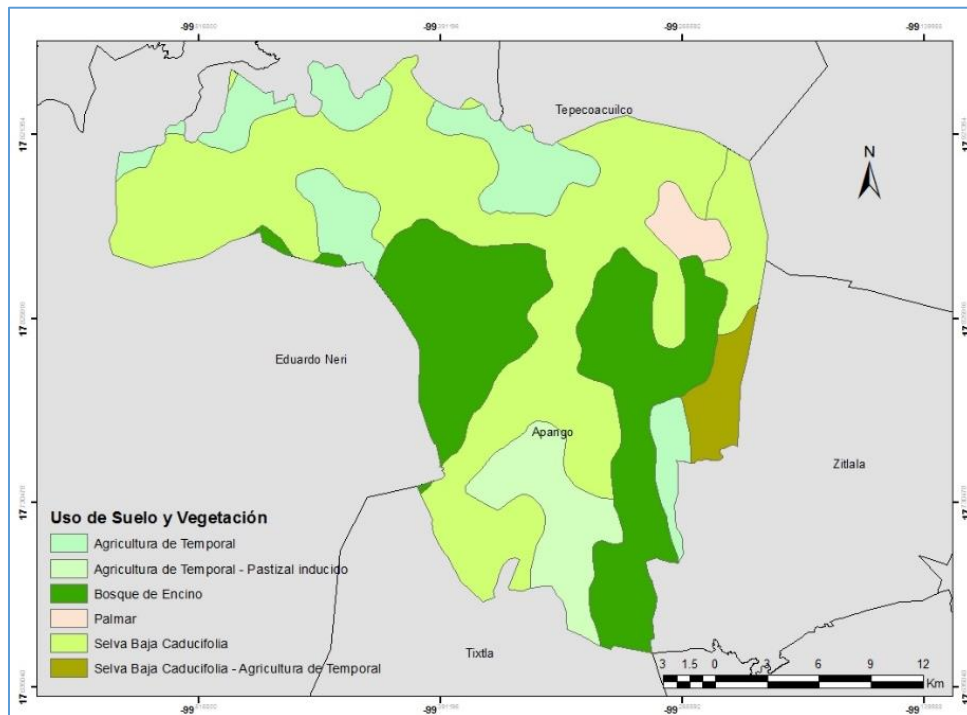
Mapa 3. Climas de Mártir de Cuilapan



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI

El tipo de suelo predominante es el chernozem o negro; y la estepa praire o pradera con descalcificación. Siendo el primero apto para la agricultura y el segundo, para la explotación ganadera. En el mapa 3 se muestran los usos de suelo, siendo en su mayoría aptos para la agricultura de temporal.

Mapa 4. Uso de suelo y vegetación



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI

En cuanto a orografía, el terreno es montañoso en un 65% ya que el municipio se ve atravesado por la Sierra Madre del Sur y sus ramificaciones Los cerros más importantes del municipio son Cerro Grande o Quiauhtepec, Temoxtlitanapa, Oxtoyohualco mejor conocido como Oxtotempa, el cual tiene un gran cráter donde algunos pueblos le realizan rituales para petición de agua. Otros cerros donde se realiza la petición de lluvias es el Tepozteyo y el Tepehuisco; las zonas semiplanas ocupan el 30% del área municipal; las cañadas más notables son las de Totolzintla y Hueytlalpan; las zonas planas ocupan el 5%. Existen lomeríos, pendientes, valles y abundantes cuevas y cavernas.

Predomina el bosque caducifolio y cultivo de maguey que genera una vasta producción de mezcal y elaboración de muebles (Guerrero Cultural Siglo XXI, A. C., 2012), las características de clima, suelo y flora permiten una amplia producción de maíz, sorgo de grano, frijol y garbanzo.

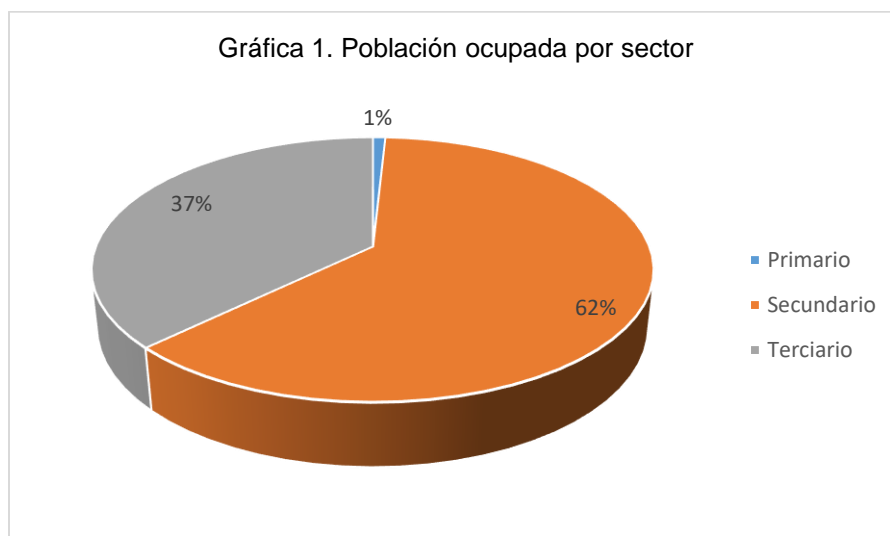
El agua abunda en este municipio, ya que se habla de numerosos manantiales subterráneos. El río más importante es el Río Mezcala que se encuentra al norte del municipio y hace límite con los municipios de Tepecoacuilco y Huitzuco.

Existen barrancas que en tiempos de lluvias conservan sus corrientes, como las barrancas de Oxtotipan, Totolintla, Zotoltilán y Atliaca. La principal fuente de abastecimiento de agua llega de Zotoltilán, pueblo donde abundan las huertas y cristalinos manantiales. Aquí el agua corre libre por barrancas, calles y patios en verdaderos torrentes.

1.1.5 Datos socioeconómicos

Existen diversas actividades en las que se emplean los habitantes del municipio, la actividad principal es la agricultura, pero también está el tejido de cinta de palma. Por el rumbo de la localidad de Atliaca sobresale la industria del tabique, habiendo algunas tejerías con personas que trabajan como tabiqueros. Otra industria importante es la de la producción del mezcal siendo uno de los pioneros en este ámbito el señor Guillermo Castro López. El mezcal de pechuga es llamado así porque se elabora con la pechuga de pollo, dándole el sabor de su carne. También se encuentran el mezcal curado con cebolla, chile verde y yerbas de olor llamado 'torito'; y el mezcal amargo elaborado con cáscaras de cajal, canela, caña, ciruelas pasas y otras especias que le dan un sabor parecido al vino.

La población ocupada³ total del municipio, de acuerdo con datos de INEGI es de 1,193 personas (INEGI, 2010), en la siguiente gráfica se muestra la población ocupada por sector.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de INEGI (2010)

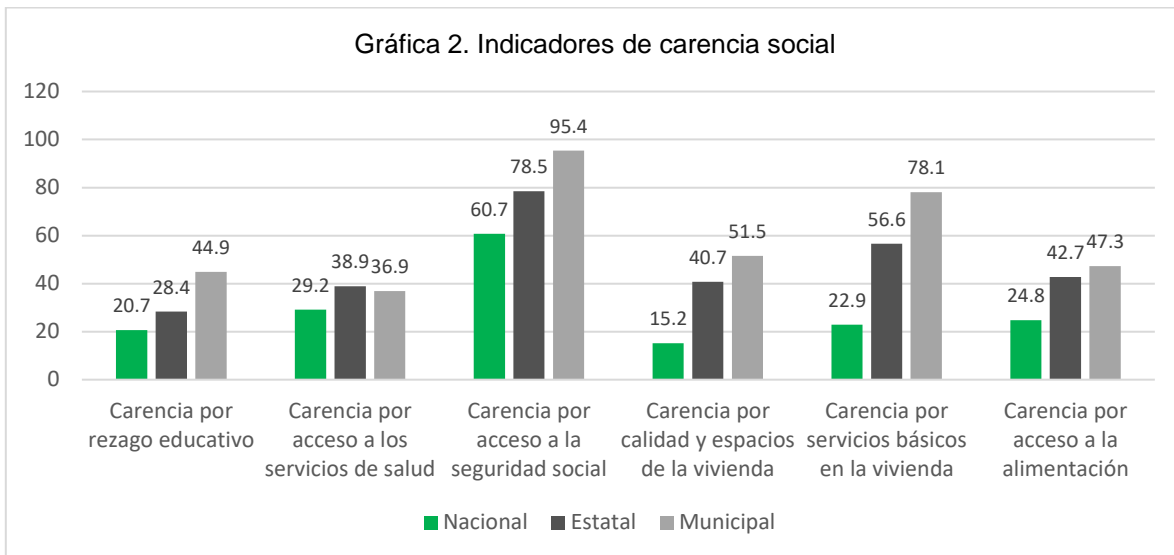
De acuerdo con lo observado en la gráfica, el sector secundario, que comprende las industrias manufactureras y las de extracción de agua y gas, es el que provee de mayor empleo a los habitantes del municipio con un 62%, mientras que las actividades del sector primario sólo representan el 1% de empleos remunerados.

En lo referente a pobreza, en 2010, 14,802 individuos, es decir 86.7% del total de la población, se encontraban en pobreza, de los cuales 5,270 (30.9%) presentaban pobreza moderada y 9,533 (55.8%) estaban en pobreza extrema (CONEVAL, 2016).

En la gráfica 2 se observa una comparación a nivel nacional, estatal y municipal del porcentaje de cada indicador de carencia social, se puede observar que,

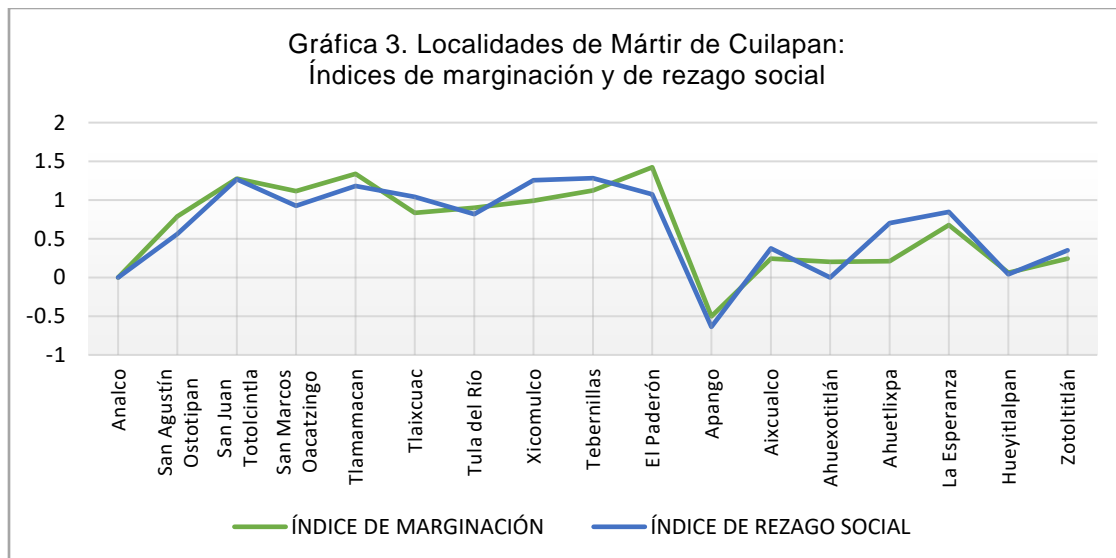
³ De acuerdo con la descripción de indicadores de INEGI, la población ocupada se refiere a las personas de 12 a 130 años de edad que trabajaron o que no trabajaron, pero sí tenían trabajo en la semana en que fueron censadas.

exceptuando el indicador de carencia por acceso a servicios de salud, rebasan por mucho los valores a nivel nacional.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CONEVAL (2016)

Aunque Mártir de Cuilapan no es el municipio más pobre a nivel estado, sí presenta un grado muy alto de marginación y un grado alto de rezago social. En el siguiente gráfico se muestra el valor del índice de marginación y del índice de rezago social de cada localidad del municipio:



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de (SEDESOL, 2013)

En el gráfico se observa que la mayoría de las localidades se aproxima o rebasa el valor 1, lo que representa un índice de marginación y rezago social muy alto, mientras que la localidad mejor posicionada es la cabecera municipal quien tiene un valor de índice de marginación del -0.50236 y un índice de rezago social de -0.63761.

En la tabla 1 se enlistan las localidades que conforman el municipio con los datos de índice de marginación y rezago social:

Tabla 1. Índice de marginación y rezago social por localidad del municipio Mártir de Cuilapan

LOCALIDAD	ÍNDICE DE MARGINACIÓN	ÍNDICE DE REZAGO SOCIAL
Analco	1.61700	1.43956
San Agustín Ostotipan	0.78794	0.56275
San Juan Totolcintla	1.27507	1.26967
San Marcos Oacatzingo	1.11378	0.9257
Tlamamacan	1.33876	1.18107
Tlaixcuac	0.83501	1.04295
Tula del Río	0.90169	0.81817
Xicomulco	0.99038	1.25667
Tebernillas	1.12397	1.28242
El Paderón	1.4232	1.07396
Apango	-0.50236	-0.63761
Aixcualco	0.24531	0.37647
Ahuexotitlán	0.20334	0.0948
Ahuetlixpa	0.21064	0.702
La Esperanza	0.67588	0.84604
Hueyitlalpan	0.06176	0.03914
Zotoltitlán	0.24279	0.35017

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por CONEVAL

En el siguiente apartado se abordará la localidad de Hueytlalpan, describiendo un panorama general para posteriormente abordar el objeto de estudio.

1.2 Hueytlalpan: “Tierra Grande”: Un acercamiento al territorio y su cultura

Hueytlalpan, ‘Tierra Grande’, en contraste con su significado en náhuatl, es un territorio pequeño, ubicado en la zona donde se asentó la cultura mexicana en el estado de Guerrero. Es la entrada del municipio de Mártir de Cuilapan viniendo desde Almolonga; rodeado de grandes elevaciones que se desprenden de la Sierra Madre del Sur lo hacen un lugar tranquilo, de clima agradable, fresco, tierra fértil que permite el principal sustento de quienes la habitan: la agricultura. Hueytlalpan es, después de Apango la cabecera municipal, una de las más importantes localidades de Mártir de Cuilapan por su cercanía con manantiales que abastecen a seis de las localidades del municipio.

El municipio de Mártir de Cuilapan cuenta con servicio combis que recorren la carretera principal que conduce a la cabecera municipal y los caminos de terracería que conectan las demás localidades.

Para llegar a Hueytlalpan hay dos opciones, la ruta más fácil para llegar es por Almolonga, entrando por la carretera que conduce a Chilapa. Pasando Almolonga, termina la carretera y continúa el camino de tierra, unos 20 minutos son suficientes para llegar a Hueytlalpan. Otra manera de llegar es por Apango, tomando el camino que se dirige a Zotoltilan, localidad que se encuentra antes de Hueytlalpan si se toma esta ruta, el tiempo de Apango a Hueytlalpan es de aproximadamente 45 minutos.

En la fotografía 2 se observa la parada de combis de la ruta que va de Hueytlalpan a Tixtla.

Fotografía 1. Transporte Tixtla – Hueyitalpan



Foto tomada el 16 de junio de 2016

Ésta característica del territorio y su altitud de 1600 metros, permiten que florezcan huizaches, mezquites, huamúchiles; y que se encuentren especies como venado, conejo, tejón, zopilote, coyote, tzenzontle, y una extensa variedad de culebras, entre otros. Especies que pocas veces sirven de alimento a los habitantes; dentro de las especies de crianza se encuentran gallinas, cerdos, vacas, chivos, los cuales se venden dentro de la localidad o cuando la producción es grande, se comercializan a las localidades cercanas.

En el caso de los cultivos, a pesar de ser una tierra muy fértil y rica, sólo se siembra maíz para el autoconsumo de las familias, siendo la milpa la principal producción, también se da calabaza, jitomate, ciruela, cacahuete, principalmente. En la fotografía 2 se aprecian las tierras que los habitantes cultivan.

Fotografía 2. Tierras de cultivo que rodean la localidad de Hueyitalpan



Foto tomada el 16 de Junio de 2016

Esta localidad rural de 1,619⁴ habitantes, mantiene un fuerte lazo solidario entre sus habitantes, todos se conocen, se ayudan, y contribuyen a la transformación de su territorio de manera colectiva; cuando es necesaria la construcción de alguna edificación, se organizan para levantarla, tal fue el caso de la construcción del quiosco, donde para su elaboración utilizaron materiales del propio lugar y para el diseño participaron los mismos habitantes. En el pueblo se practica la religión católica, testigos de Jehová, cristiana (evangélica), del séptimo día y mormona. Cada religión tiene en el pueblo su templo donde los pobladores rinden oraciones a sus respectivas deidades.

Cuando se visita Hueyitalpan se observa que, como muchas otras localidades de la región centro, destacan las montañas que se alzan alrededor, ver fotografía 3, protegiendo a sus habitantes, brindándoles un poco de aislamiento, sin embargo, es evidente la transculturalización, es decir, que ha tomado características de otras culturas pertenecientes a las ciudades cercanas, los pobladores han perdido la lengua original, no hay alabanza a una deidad ancestral, no existen mitos sobre el

⁴ De acuerdo con el censo de población y vivienda 2010, INEGI

origen del lugar; en cambio han adoptado muchas imposiciones desde la federación, como la instalación de los comedores comunitarios, donde les proporcionan carne deshidratada, huevo en polvo, leche envasada, verduras enlatadas y demás productos que no pertenecen a la dieta tradicional del habitante de Hueytlalpan...., el sabor no es agradable pero ayuda a calmar el hambre y eso, desde la perspectiva de los habitantes, es lo más importante.

Fotografía 3. Ramificaciones desprendidas de la Sierra Madre del Sur circundando Hueytlalpan



Foto tomada el 16 de junio de 2016

En cuanto a educación en Hueytlalpan existe una primaria, hay una escuela de preescolar y una telesecundaria. Para seguir estudiando los demás niveles educativos los jóvenes deben de viajar hasta Tixtla donde se encuentra un Colegio de Bachilleres y escuelas de la Universidad Autónoma de Guerrero.

Entre las principales actividades económicas de la población está la agricultura, el tejido de la palma para la producción de sombreros, ganadería y carpintería. Existen

varios comercios, principalmente tendajones pequeños para abastecer de los insumos básicos a las familias.

En la localidad se han llevado a cabo algunos proyectos productivos por iniciativa gubernamental, entre estos destacan la producción de jitomate en invernaderos, cultivo de hongos, crianza de ganado porcino y apicultura; proyectos que se han mantenido en los últimos cinco años.

1.3 Apicultura en México, un panorama general

La apicultura se define como la crianza y cuidado de las abejas; a través de esta se obtienen productos como miel, jalea real, propóleo, cera y polen (SAGARPA, 2015). Es una de las actividades pecuarias más importantes en México, en la parte socioeconómica provee de empleos a muchas familias en poblaciones rurales y además asegura la continuidad del hábitat y la diversidad biológica gracias a la polinización de los cultivos.

En México, la apicultura genera alrededor de 100 mil empleos directos y se producen más de 57 toneladas de miel al año, siendo Yucatán el principal productor con un aproximado de más de 8 mil toneladas anuales.

En cuanto al comercio exterior, la mitad de la producción de miel se canaliza al mercado alemán. México ocupa el tercer lugar en exportación de miel, con una producción de más de 30 mil toneladas, ingresando al país un monto anual de 100 millones de dólares (SAGARPA, 2013) por este concepto. En la tabla 2 se muestran los principales países de destino de la miel mexicana, donde se refleja en primer lugar Alemania con 14, 991,853 kilogramos, seguido de Gran Bretaña con 4,088,425 kilogramos.

Tabla 2. Destino de las exportaciones de miel

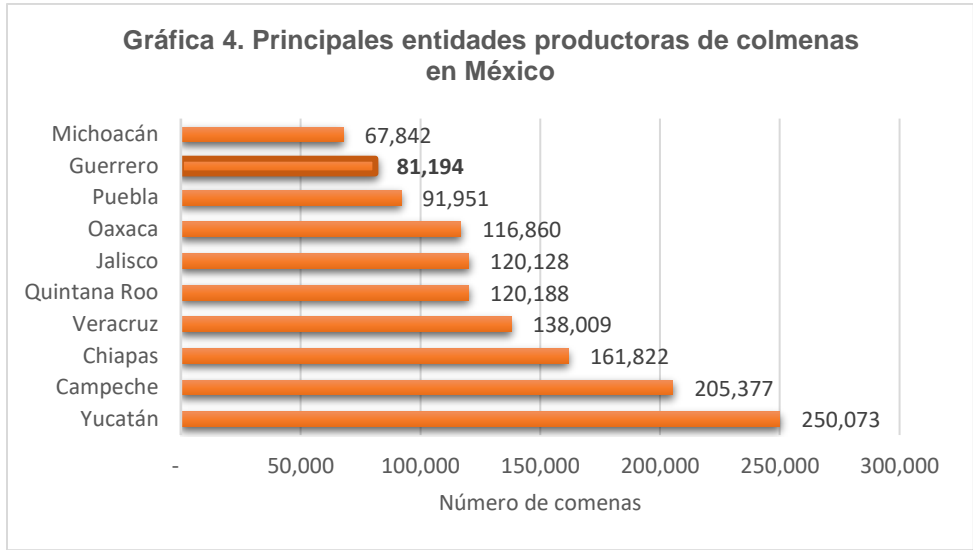
País de destino	Voumen (Kg)
Alemania	14,991,853
Gran Bretaña	4,088,425
Estados Unidos de América	3,563,611
Arabia	2,157,095
Bélgica	1,478,442

Fuente: Elaboración propia a partir con base en SAGARPA (2013)

Aunque esta actividad se asocia únicamente con producción de miel, y otros productos, las abejas son fundamentales para el equilibrio del medio ambiente ya que al polinizar las plantas, estas generan el oxígeno suficiente para la vida y además, aumentan el rendimiento en los cultivos, lo que favorece un incremento en alimentos de origen vegetal, materia prima textil, e insumos agropecuarios.

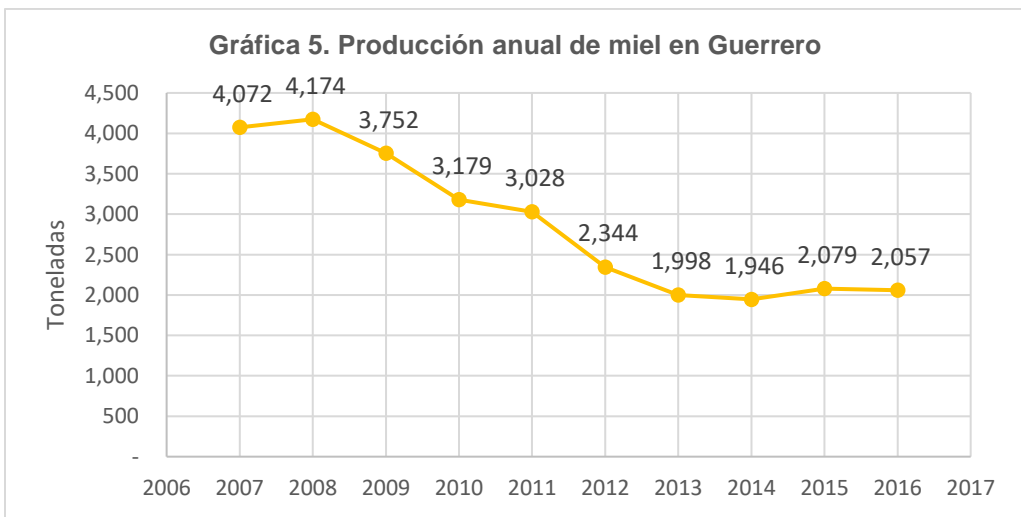
La actividad apícola está estrechamente ligada a las características físicas del territorio, principalmente se debe de cuidar que la floración ocurra en las temporadas marcadas. Las contingencias climáticas como huracanes, inundaciones, tormentas pueden ocasionar retrasos en los inicios de las cosechas, baja o nula producción de néctar, o simplemente que los árboles no florezcan.

Esta situación limita a los apicultores en el desarrollo de demás actividades económicas como la siembra, provocando insuficiencia de recursos para sostener su actividad apícola. La zona sur – sureste del país es la mayor productora de miel ya que cuenta con las condiciones físicas para la eficiente producción de miel. En la gráfica 4 se muestran las entidades que tienen mayor número de colmenas para el año 2016:



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP, 2016)

En la gráfica anterior se puede observar que el estado de Guerrero ocupa el noveno lugar con 81,194 colmenas, siendo una cifra elevada ya que lo posiciona entre las diez primeras entidades en las que la apicultura es una actividad importante para el sector rural. En la gráfica 5 se muestra el total anual de producción en toneladas de miel del periodo de 2007 a 2016, donde se refleja que del año 2008 al 2014 hubo un déficit en la producción de miel, pero para el 2015 vuelve a incrementarse con 2,079 toneladas y 2,057 toneladas para 2016.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP, 2016)

En Hueytlalpan, el lugar en donde se encuentra el objeto de estudio, la actividad apícola es llevada a cabo por una empresa familiar constituida como una sociedad de producción rural que cuenta con más de veinte años produciendo y actualmente se encuentra comercializando sus productos en la zona centro del estado. En ésta localidad abunda la hierba silvestre como el acahual y árboles como el huamúchil, conocido en esta zona como cuapinol, además de que de acuerdo a palabras de uno de los socios, la altitud y el clima están fuertemente relacionados al tipo de floración, lo que determina el tipo de miel que se cosechará, en la localidad se cosecha principalmente la miel amarilla conocida como miel mantequilla.

En el siguiente capítulo se hará mención de algunos conceptos que servirán para relacionar el trabajo de organización de los apicultores con su territorio y con el trabajo que ellos realizan.

Capítulo II

Territorio y cultura en la empresa rural competitiva

2.1 Espacio y territorio. Algunas definiciones

Para comenzar con una definición de territorio, es necesario aclarar desde qué disciplina se pretende abordar, en este sentido, la geografía es la ciencia más idónea para definirlo, sin embargo, ésta se ha apoyado de otras disciplinas como la antropología y la etnografía para poder estudiar y analizar al “otro”, inquietud que surgió a mediados del siglo XX y que dio origen a lo que se denominó geografía cultural⁵, siendo Sauer, Ratzel y Vidal de la Blache los pioneros en ligar la cultura con el espacio geográfico.

De acuerdo a Gilberto Giménez, el primer acercamiento para entender el territorio es el conocer el concepto de espacio, definido éste como una *“combinación de dimensiones, incluyendo los contenidos que las generan y organizan a partir de un punto imaginario, se concibe como la materia prima del territorio o, más precisamente, como la realidad material preexistente a todo conocimiento y a toda práctica”* (Giménez, 2000, pág. 2). Barabás define al espacio como “el ámbito de mayor alcance, en el que se inscriben tradiciones, costumbres, memoria histórica, rituales y formas muy diversas de organización social, que van constituyéndolo como territorio cultural” (Barabas, 2003, pág. 23), en éstas dos concepciones, el espacio se entiende como el contenedor de un conjunto de procesos donde se

⁵ “Llamamos geografía cultural a una manera de estudiar el espacio y no a una rama de las ciencias geográficas. Mediante la geografía cultural no sólo se estudian los aspectos culturales del espacio sino también el espacio visto a través de los cristales de las diferentes culturas. Más que un área de conocimiento, es una posición desde la cual observa el investigador. De este modo el espacio, sea boreal o austral, boscoso o desértico, llano o abrupto, urbano o rural, insular o continental, antiguo o contemporáneo, puede ser estudiado con un enfoque cultural. A diferencia de otros enfoques, el enfoque de la geografía cultural intenta mantener unido el enfoque de su estudio: el espacio, sin separar los componentes naturales de los sociales” (Fernández Christlieb, 2006)

relacionan humanos - naturaleza y sus resultantes, siendo el espacio, la escala más amplia.

El geógrafo brasileño y estudioso del espacio, Milton Santos, se refiere al espacio señalando que: *“no es ni una cosa ni un sistema de cosas, sino una realidad relacional: cosas y relaciones juntas”* (Santos, 1996, pág. 27), y agrega: *“el espacio debe considerarse como el conjunto indisociable del que participan, por un lado, cierta disposición de objetos geográficos, objetos naturales y objetos sociales, y por otro, la vida que los llena y anima, la sociedad en movimiento”* (Santos, 1996, pág. 28) en esta definición se pone énfasis en la relación que existe entre todos los elementos que conforman el espacio, siendo construido social y culturalmente, percibido, vivido y transformado continuamente por las relaciones e interacciones de sus componentes, a lo largo del tiempo.

Debe pensarse el espacio a través de una visión global, reconociendo la relación entre sus *“componentes naturales (relieve, agua, clima, vegetación y fauna), sociales (composición, distribución y movilidad de la población), culturales (formas de vida, manifestaciones culturales, tradiciones y patrimonio), económicos (recursos naturales, espacios económicos, infraestructura, servicios y desigualdad socioeconómica) y políticos (territorios, fronteras, políticas gubernamentales y acuerdos nacionales e internacionales que se definen a partir de los problemas contemporáneos de la sociedad)”* (Universidad de la Punta, 2012).

Por otro lado, el territorio es ese espacio apropiado, con un valor añadido, producto del uso que se le dé y de los símbolos que en él se inscriban. Los tres ingredientes imprescindibles de todo territorio son: la apropiación de un espacio, el poder y la frontera (Giménez, 2000, pág. 3). Citando a Barabás, *“el territorio es entendido como el espacio culturalmente construido por una sociedad a través del tiempo”* (Barabas, 2003). De acuerdo a Barabás y a Giménez, el territorio está ligado a la necesidad humana de pertenecer a un espacio inmediato, a usarlo, a ejercer un control y un orden, delimitándolo estableciendo fronteras, éstos límites no son

rígidos sino porosos, permeables, flexibles, lo que permite un constante movimiento y evolución. Así que, para conocer un territorio, se necesita conocer primero el espacio en donde está inscrito ese territorio, ya que un espacio está formado por pequeños territorios, con características muy particulares, lo que lo hace rico en ecosistemas pero también social y culturalmente.

Dentro de las escalas del espacio, es importante distinguir el concepto de territorio del de región, éste último se construye a través la intervención de poderes económicos, políticos y culturales que lo van construyendo históricamente. Una región puede contener varios territorios, pero un territorio no puede abarcar la totalidad de una región.

Cabe aclarar que no existe una definición que abarque todos los elementos que pueden estar presentes o no al abordar un caso específico, los territorios son espacios en constante construcción debido a la interacción que dentro de ellos ocurre y que vuelve compleja la idea de encasillar cierto espacio apropiado en un concepto que puede limitarlo.

2.1.1 El territorio desde la ruralidad

Ahora que se han citado algunas definiciones de territorio se recalcará que el espacio en el que está inserto el objeto de estudio de la presente investigación es un territorio rural, que difiere en gran medida al espacio urbano, pero también dentro de la ruralidad podemos encontrar características que las hacen diferentes unas de otras.

Desde la cuestión demográfica, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) una población se considera rural cuando tiene menos de 2,500 habitantes, mientras que la urbana es aquella donde viven más de 2,500 personas.

Echeverri define al territorio rural como *“el territorio construido a partir del uso y apropiación de recursos naturales, donde se generan procesos productivos, culturales, sociales y políticos, nacidos del efecto de localización y apropiación territorial que se desprende de que los recursos naturales son factores de producción localizados”* (Echeverri Perico, 2007, pág. 1). En esta definición se señala que las características del espacio territorial determinan las actividades productivas que en ese territorio se van a desarrollar. Por citar un ejemplo, en las costas del estado de Guerrero existen las condiciones territoriales para que se produzca coco y los derivados de éste como jabón, aceite, manteca, copra, etc., porque así lo permiten sus condiciones de clima, vegetación, altitud, y demás características físicas del territorio. En el caso de la localidad en donde está inserto el objeto de estudio de este trabajo, el territorio rural permite que se realicen actividades productivas como siembra de maíz, frijol, jitomate y reúne las condiciones para que se produzca una miel que la hace distinta a la que se produce en las costas del estado, porque su producto final va relacionado, en este caso, al tipo de vegetación.

En las áreas rurales, la población tiene como unidad productiva el hogar y su base de trabajo radica en la explotación y gestión de los recursos naturales. Existen dos elementos que son características fundamentales de la población rural, la pertenencia a una comunidad local, donde la construcción de redes interpersonales es esencial no sólo para manejar las estrategias económicas de las familias y sus miembros, sino que es importante para otros ámbitos de la vida cotidiana, como la amistad, la religión, el esparcimiento y el sentido de pertenencia. El segundo elemento es la compartición de un sistema sociocultural propio, en el que las creencias y normas complementan las relaciones y las instituciones sociales y viceversa.

Sergio Gómez (2003) en (Castro, 2012), identifica tres elementos en la ruralidad:

- a) En cuanto a espacio y actividades: referido a espacios de una densidad relativamente baja, donde se realizan actividades tales como la agricultura,

ganadería, artesanía, empresas pequeñas y medianas, turismo rural, entre otras. También existen actividades de servicio, comercio, educación, instituciones del gobierno local, etc.

- b) En cuanto a su especificidad: lo rural comprende un tipo particular de relaciones con un componente personal predominante, con una fuerte base en las relaciones vecinales, con una prolongada presencia en el territorio y de parentesco entre una parte significativa de los habitantes.
- c) En cuanto a su alcance, el autor identifica aquí a su vez dos dimensiones: una relativa al límite, hasta donde se extienden las relaciones personales hacia espacios más densamente poblados, pasando allí a primar las relaciones funcionales. Y la otra dimensión relacionada al grado de integración frente a los servicios, mercados, etc.

Distintos autores refieren que la ruralidad no es exclusiva de las actividades agrícolas, sino que en esos territorios la población desempeña actividades varias como: agricultura, artesanía, pequeñas industrias, ganaderías, actividades extractivas, turismo, entre otros. Lo rural trasciende lo agropecuario, y mantiene una fuerte relación de intercambio con lo urbano, en el abastecimiento no sólo de alimentos sino también de otros bienes y servicios, entre los que se destacan la oferta y cuidado de los recursos naturales, los espacios para el descanso, y los aportes al mantenimiento y desarrollo de la cultura (Pérez, 2001, pág. 18).

Después de haber citado algunas definiciones de teóricos del espacio y territorio se expondrá el territorio percibido desde la lógica de quienes habitan la localidad de Hueytlalpan, en donde el territorio está ligado fuertemente a los habitantes y en primera instancia representa algo que otorga seguridad, que cobija y protege: *“a mí me gusta aquí porque aquí puedes transitar en la noche, puedes ir al otro pueblo y todo tranquilo”*⁶; el vínculo al territorio producto de una relación afectiva, *“yo no soy de aquí, de aquí es mi esposa y sus padres fueron nativos de aquí, yo nací en*

⁶ Entrevista realizada el 13 de noviembre de 2016 al señor Rufino, habitante de Hueytlalpan, quien se dedica a la agricultura y a la venta de nieves.

*Ahuexotitlán y conocí a mi esposa y nos vinimos para acá, tendremos como 28 años*⁷; (relacionar los conceptos con las entrevistas sobre territorio) el territorio como oportunidad económica: *“creo que aquí en el pueblo también se puede y ustedes véanlo a nosotros no nos va mal y nosotros nos hemos apoyado y hemos ido creciendo*⁸. Estas definiciones de territorio en realidad son lo que el territorio significa para los habitantes de Hueytlalpan, basadas en su cultura y expresadas en las actividades que realizan y en las relaciones que han construido, generando un sentido de identidad al espacio en donde habitan.

2.1.2 El territorio como espacio para la organización productiva

Después de haber definido la categoría de territorio rural se analizará el por qué una actividad como la organización productiva es una forma de uso del territorio, en primer lugar a la apropiación del espacio se le denomina territorialización, y esta apropiación del territorio se manifiesta de distintas formas. Para profundizar más en este concepto, se cita a Montañéz, quien señala que la territorialización es *“el grado de dominio que tiene determinado sujeto individual o social en cierto territorio o espacio geográfico, así como el conjunto de prácticas y sus expresiones materiales y simbólicas, capaces de garantizar la apropiación y permanencia de un territorio dado bajo determinado agente individual o social”* (Montañéz, 2001, pág. 22). Dentro de los sujetos que ejercen territorialidad se encuentran: los individuos, grupos sociales, grupos étnicos, empresas, el Estado – Nación. La territorialidad, de acuerdo a Raffestin, es:

“un conjunto de relaciones que nacen en un sistema tridimensional sociedad – espacio – tiempo con el propósito de alcanzar la mayor autonomía posible compatible con los recursos del sistema”, y abunda, “es un conjunto de las relaciones que una sociedad, y por lo tanto los individuos que forman parte de ella, mantienen con la exterioridad (las relaciones verticales con el territorio...) y con la alteridad (las relaciones horizontales con los demás agentes) para satisfacer las propias necesidades con la ayuda de mediadores, con el fin de obtener la mayor autonomía posible, teniendo en

⁷ Entrevista al señor Antonieto Chino realizada el 13 de noviembre de 2016.

⁸ Entrevista realizada el 14 de abril al señor Moisés, socio de la empresa apícola.

cuenta los recursos del sistema” (Raffestin, 1999) en (Dematteis & Governa, 2005, pág. 44)

En esta concepción de Raffestin, la territorialidad no se enfoca en el quehacer humano sobre el territorio, sino que se manifiesta en crear un comportamiento específico en base a las relaciones con los agentes externos e internos que les permita tener la capacidad de autorregularse.

De acuerdo a Giménez, la apropiación del espacio puede ser prevalentemente utilitaria y funcional, o prevalentemente simbólico-cultural. Por ejemplo, cuando se considera el territorio como mercancía generadora de renta (valor de cambio), como fuente de recursos, como medio de subsistencia, como ámbito de jurisdicción del poder, como área geopolítica de control militar, como abrigo y zona de refugio, etc., con una actividad como la apicultura se está enfatizando el polo utilitario o funcional de la apropiación del espacio, ya que son las características físicas del territorio la fuente principal de la actividad que desempeñan (Giménez, 2005, pág. 318).

Sergio Schneider e Iván Peyré, hacen mención del uso instrumental del territorio como un componente para el desarrollo local, definiendo el territorio de acuerdo a Coulert y Pecqueur, como *“el punto de reencuentro de los actores del desarrollo, el lugar donde se organizan formas de cooperación entre empresas, donde se decide la división social del trabajo, finalmente, el lugar de reencuentro entre las formas de mercado y las formas de regulación social”* (Coulert & Pecqueur, 1994). En este sentido, Pecqueur indicó claramente que el espacio-territorio tiene el papel de una variable explicativa en el desarrollo porque el espacio no es sólo un soporte aparente y se hace un elemento de organización productiva que va a influir en las estrategias de los actores individuales y de las empresas (Schneider & Peyré, 2006, pág. 15).

El uso particular del territorio es la manifestación de la territorialidad. La transformación de los recursos naturales en bienes de consumo local es una característica de las zonas rurales de la región centro del estado de Guerrero. Esto

se manifiesta en los pequeños emprendimientos que surgen en esos espacios, siendo en su mayoría del sector primario. La agricultura es la principal actividad que realiza la población de las zonas rurales, la ganadería como segundo lugar; en Hueytlalpan, como en otras localidades cercanas, hace ya algunos años, los jefes de familia que se dedicaban a la siembra de maíz vendían parte de su producción, otra mínima era para el consumo del hogar. Después de la apertura del mercado con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)⁹, las condiciones de vida de la población cambiaron porque su producción ya no era para venta foránea, sino que se convirtió en una actividad para sostenerse y cubrir la parte alimentaria. A raíz de eso, han estado surgiendo diversos programas gubernamentales que fomentan la constitución de pequeñas empresas, donde ponen en práctica sus conocimientos culturales y de relación con su medio para obtener un sustento de vida, siendo estas actividades otra forma en la que la población utiliza su territorio.

2.2 Cultura e identidad en el espacio rural

Como ya se mencionó en los conceptos de territorio y de ruralidad, la cultura está ligada a ambos términos y da pauta para relacionar el territorio con la(s) actividad(es) que desempeñan y cómo la(s) desempeñan los actores locales. De acuerdo con Gilberto Giménez, *“el territorio constituye por sí mismo un espacio de*

⁹ El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) es un acuerdo entre el Gobierno de México, Estados Unidos de América y Canadá para crear una zona de libre comercio. Entró en vigor el 1 de enero de 1994. Los objetivos del TLCAN son, según lo dispuesto en el artículo 102 del TLCAN: a) Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y de servicios entre los territorios de los Estados partes; b) Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio; c) Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de los Estados partes; d) Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual en territorio de cada uno de los Estados partes; e) Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias; y f) Establecer lineamientos para la ulterior cooperación trilateral, regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios del Tratado. Sin embargo, a 35 años el campo mexicano ha dejado de abastecer la demanda nacional lo que ha provocado un desplome de la producción agrícola mexicana debido a la competencia a la que se vieron sometidos los agricultores con los de EU, casi el 80% del arroz que se consume en México es importado, así como 31% del maíz, 65% del trigo, 40% de la carne de cerdo, 16% de la carne de aves y más de 16% de la leche, según datos del Cuarto Informe de Gobierno (2015-2016), (Romero, 2017).

inscripción de la cultura y, por lo tanto, equivale a una de sus formas de objetivación” (Giménez, 1996, pág. 14). Una definición de cultura dada por Tomlinson es “el orden de vida en que los seres humanos conferimos significados a través de la representación simbólica” (Tomlinson, 2001, pág. 29). Thompson sugiere a la cultura como “el estudio de las formas simbólicas –es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente, en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas” (Thompson, 1991). Por otro lado Luis Villoro define a la cultura como:

“un conjunto de relaciones posibles entre ciertos sujetos y su mundo circundante. Está constituido por creencias comunes a una colectividad de hombres y mujeres; valoraciones compartidas por ellos, formas de vida semejantes; comportamientos, costumbres y reglas de conducta parecidos (...) esas disposiciones dan lugar a un mundo propio constituido por una red de objetos (artefactos, obras de consumo o disfrute) de estructuras de relación conforme a reglas (instituciones, rituales, juegos), animados por sistema significativo común (lengua, mito, formas artísticas) (Villoro, 1998, pág. 110)”

Una última definición de cultura es la que señala Bolívar Echeverría quien nos dice:

“la cultura es el cultivo de las formas de los objetos y las acciones humanas en lo que ellas tienen de testigos del comportamiento socializador o aglutinador establecido entre dos o más sujetos singulares en el acto de desciframiento de un sentido humano en la naturaleza. Esta definición habla de la cultura como un hecho que tiene que ver fundamentalmente: 1) con la vida práctica en la que se producen objetos o bienes que median o permiten la reproducción de una sociedad: transformaciones de un material en las que el ser humano inventa y da forma o, lo que es lo mismo, descubre y descifra un sentido en la naturaleza; 2) con el momento socializador o aglutinador de individuos que acompaña a esa introducción de una forma humana en la naturaleza; momento en que esos individuos se reconocen e identifican como coautores de esa forma, como capaces de entenderla, manejarla y reformarla; y 3) con la identidad que adquieren los autores de esa forma objetiva en tanto que tales, una identidad que es invocada y que los compromete en todo manejo que puedan hacer de dicha forma (Echeverría, 2006, pág. 20 y 21)”

Sobre cultura, Giménez menciona que, los hechos culturales pueden distinguirse en tres dimensiones analíticas, primera, la cultura como *comunicación*, donde a través de los símbolos, signos, señales y emblemas se transmite un mensaje, (se incluye el hábitat, la lengua, la vestimenta, la alimentación, etc.); segunda, la cultura como *stock de conocimientos*, como los conocimientos locales, las creencias, la intuición, el conocimiento a través de la observación y el sentido común en cuestiones prácticas; la tercera, la cultura como *visión del mundo*, es decir, las cosmovisiones que crean un sistema de valores en la interpretación del mundo. Las filosofías, ideologías, reflexiones, etc. (Giménez, 2000, pág. 6) Ahora bien, las tres dimensiones de la cultura que señala Giménez se encuentran entrelazadas, es decir, siempre se van a encontrar en cualquier territorio.

La identidad es un elemento clave de la cultura ya que este concepto relaciona el territorio y el sentido de pertenencia que los actores locales tienen con determinado espacio. *“Las identidades se construyen a partir de la apropiación, por parte de los actores sociales, de determinados repertorios culturales considerados simultáneamente como diferenciadores (hacia afuera) y definidores de la propia unidad y especificidad (hacia adentro). Es decir, la identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos.”* (Giménez, 2005, pág. 5). Giménez nos señala que la identidad es construida cuando hay una apropiación de culturas, esa apropiación se modifica también para pasar a ser parte de la identidad de un grupo de personas.

La identidad cultural tiene relevancia para poder comprender los procesos de organización de los actores locales en la construcción de su propio desarrollo, para este fin se definirá la identidad como *“un proceso que se construye en varios niveles de la praxis, en ritmos temporales distintos y en varias escalas espaciales (físicas, simbólicas, culturales, sociales) donde se dan cita, a su vez, diversas lógicas y tipos diferentes de relaciones sociales, siendo la representación que el sujeto tiene de todo ese proceso fundamental al mismo”*, (Guerra, 1997, pág. 112).

La identidad cultural como señala Guerra, es de gran importancia para poder comprender los procesos de organización que tienen los actores locales, en este caso los socios de la empresa apícola, quienes han construido su estilo de organizarse con base a su cultura, además de que el concepto de identidad permite entender el porqué de sus acciones y cómo desde su perspectiva crean sus propias alternativas de desarrollo.

Después de haber citado algunas definiciones de cultura se pretende crear una propia acorde al tema del que se trata esta investigación, definiendo cultura como *un elemento del territorio que está conformado por la relación entre los individuos y el entorno que los rodea, donde se crea una identidad colectiva para un grupo de personas y así como la cultura modifica a ese grupo de individuos, el entorno, o sea la naturaleza, se ve modificada también, adquiriendo un significado particular*. La cultura es inherente al ser humano y, ésta va a manifestarse de distintas maneras dependiendo del espacio y el tiempo.

La religión es una forma de expresión cultural y se exterioriza en la conducta y forma de pensar de las personas, Giddens define a la religión como *“un conjunto de creencias que adoptan los miembros de una comunidad y que comprende símbolos que se veneran y admiran, junto a prácticas rituales en las que participan dichos miembros. Las religiones no implican necesariamente las creencias en entidades sobrenaturales”* (Giddens, 2000, pág. 738). En Hueytlalpan, a pesar de ser una localidad pequeña, existe una diversidad de religiones: *“hay desde católicos, cristianos, testigos y del séptimo día. También hay mormones, pero son muy poquitos, son contados...”*¹⁰ esta característica permite el enriquecimiento sociocultural del territorio con sus muy variadas manifestaciones religiosas, cada una en su templo y con sus respectivos simbolismos.

La religión como una expresión cultural va a marcar las actividades que realicen quienes profesen alguna, ya que tiene influencia sobre el comportamiento de los

¹⁰ Entrevista realizada el día 13 de noviembre de 2016 a la señora N.

individuos en la vida cotidiana, inclusive en el aspecto económico, tal es el caso de los evangélicos¹¹, quienes son fieles a lo que está escrito en la biblia, como lo señala Weber en su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, los protestantes¹² valoran mucho el trabajo, el sacrificio, el ahorro, la familia, y al hacer riqueza ésta era en nombre de Dios. A diferencia de los católicos, quienes son conformistas y prefieren la seguridad, los evangélicos se enfrentan a correr riesgos; mientras los católicos ponen énfasis en la confesión de sus pecados para su posterior condena y perdón, los protestantes se enfocan en la conducta: trabajo, honestidad, no alcohol, no fiestas, sí familia, sí ahorro (Weber, 1994).

En el siguiente párrafo se cita un extracto de la entrevista a un integrante de la empresa apícola quien habla de la religión que profesan:

“Somos cristianos y eso nos ha llevado a tener diferente visión y formación a las demás personas, porque problemas siempre hay pero conocer de Dios eso nos ha ayudado hasta el hecho de cómo decirle a Yanet (empleada), “oye por favor te encargo esto” “oye lo hiciste mal, pon cuidado”, y no conociendo de Dios lo primero que haría sería insultarla, entonces nos ha llevado a ser más tolerantes, tienes que buscar alguna forma de cómo comunicarte con los demás”

En ese relato, don Moisés explica que la religión les ha servido para relacionarse con sus empleados, guiarlos en sus actividades para que las desempeñen de la mejor manera. Se observa que la religión es un factor clave en el comportamiento del grupo familiar, porque es algo que a ellos les han inculcado y forma parte de su acervo cultural.

En esta investigación se resaltarán la cultura como el medio por el que los apicultores han adquirido un conjunto de conocimientos a través de la práctica, observación y conocimiento de su entorno, y las relaciones y vínculos con la sociedad. El acervo

¹¹ Se hace hincapié en la religión evangélica porque es la religión que practica la familia que dirige la empresa apicultora.

¹² Weber hace referencia a las religiones que se separaron del catolicismo, pone especial énfasis al calvinismo ya que lo consideraba más influyente para el modo de vida de la clase burguesa

cultural que han construido les ha servido para hacer funcional y competitiva su empresa familiar.

2.2.1 Conocimiento local

En este apartado se mencionan algunos conceptos de conocimiento local, ya que es un recurso del que se sirve la población rural para la realización de sus actividades cotidianas, incluyendo sus actividades económicas. Ya lo señala Echeverri cuando habla que se debe redefinir la economía del actual mundo rural, señalando que se debe *“incluir en las funciones de crecimiento y desarrollo aspectos, hasta hoy excluidos, como la economía ambiental y ecológica, los mercados de servicios ambientales, la sostenibilidad de los sistemas productivos, los recursos genéticos, los saberes y la cultura, como parte de una economía más compleja que la economía agraria que domina el escenario de política pública actual”* (Echeverri Perico, 2007, pág. 1).

Las sociedades rurales tienen en común que su estrategia de sobrevivencia está basada en el múltiple uso de sus espacios locales, esto es, en su representación simbólica y cognitiva y en las formas de organización y apropiación de la naturaleza que lo rodea (Barrera Bassols, 2015, pág. 195).

El conocimiento local, significa una comprensión de lo local producto de la experiencia y observación de los agroecosistemas, siendo éstos conocimientos la base de la realización de cualquier actividad, sin embargo, con el avance la modernidad, la agricultura se ha tecnificado con el uso de máquinas para el arado, siembra y cosecha, y se han dejado de lado las prácticas agrarias tradicionales, principalmente en los espacios donde hay cercanía con poblaciones urbanas.

El modo de trabajo de las unidades de producción rural posee características propias, Spicer (1971) pone énfasis en los elementos simbólicos que contribuyen a que algunos pueblos perduren, mientras que otros desaparecen. *“En este sentido,*

los valores, el vínculo con la tierra, con las semillas, con sus antepasados, con el lugar mismo, son elementos fundamentales de la persistencia campesina que configuran su identidad, la cual puede ser mucho más fuerte que cualquier racionalidad económica. Más que un modo de producción, el campesinado debe considerarse como un modo de vida” (Mora Delgado, 2008, pág. 126). En estas definiciones se menciona que el uso de los saberes está más relacionado con la población indígena, sin embargo, de acuerdo a los autores que a continuación se citan, el conocimiento local es utilizado por la población rural en general, porque es la base para realizar cualquier actividad.

De acuerdo a Nettin (1993) y a Pimbert (1995) citados en Mora (2008), el saber que la población rural posee del entorno natural y de sus sistemas productivos les permite desenvolverse mejor bajo condiciones adversas, ecológicas o de mercado, y así lograr sus objetivos de producción.

El conocimiento local es *“el acervo de conocimientos, creencias y costumbres consistentes entre sí y lógicos para quienes los comparten”* (Farrington & Martin, 1988, pág. 23). Está constituido por saberes y percepciones únicos para una cultura o una sociedad dada (Grenier, 1998). Generalmente, deriva de observaciones cotidianas y de la experimentación con formas de vida, sistemas productivos y ecosistemas naturales. Estos conocimientos únicos, son la ventaja que el habitante rural tiene para desempeñar de mejor manera sus actividades, ya que le permite buscar una solución a una situación no favorable, por ejemplo al producir e incursionar al sistema de mercado, estos saberes empíricos son la ventaja competitiva que poseen frente a otros productores que no están en el ámbito rural.

La información que se obtiene sobre el conocimiento local es difícil de medir, así lo menciona Mora Delgado, ya que la cantidad y calidad del conocimiento local sobre el entorno y la naturaleza varían entre los miembros de una comunidad, dependiendo de factores socioeconómicos, como género, edad, posición social, capacidad intelectual y profesión (Mora Delgado, 2008, pág. 126) y agrega que esta

información es común que presente diversos grados de complejidad en una población determinada y varíe su nivel de consistencia entre quienes la poseen. Hay que agregar también que este conocimiento no es mágico, sino que también está expuesto a tener errores y no se debe de idealizar.

En el caso de los apicultores, señalan que el trabajo con las abejas les ha proporcionado un acervo de conocimiento que les ha ayudado a distinguir los tipos de mieles: *“cuando destapamos la colmena y no corre mucho aire llega la esencia de flores en la miel, nosotros sabemos cuándo la miel es de huamúchil o de las flores de verano”*, *“para identificar la miel de cualquier productor, no es sólo el sabor a dulce, sino el aroma, debe oler a flores”*¹³, este conocimiento que ellos van adquiriendo acerca de identificar las características de la miel y hacerlo parte de sus saberes les ayuda a desempeñar mejor sus actividades, a dar pláticas de cómo identificar los tipos de mieles y cuándo es miel o fructosa.

2.3 La empresa rural como elemento de desarrollo local rural

Un proceso de desarrollo local supone una cultura de la proactividad en colectivo, que lleve a los actores locales a saber qué quieren, asumir riesgos, tomar la iniciativa, buscar alternativas, aprender de los errores, ser creativos, y hacer que las cosas sucedan. Estas actitudes se convierten en condición para que todos los actores sociales se conviertan en sujetos del desarrollo local. El desarrollo debe de venir desde dentro de las sociedades, es decir, de un esfuerzo endógeno *“movilizando las energías sociales que hacen que una sociedad se sienta responsable por sus acciones y por los resultados de ellas”* (Cárdenas, 2002, pág. 63). En el apartado del espacio rural se mencionó que las actividades agrícolas no son exclusivas del sector rural, sino que se desempeñan diversas actividades, dependiendo de las características físicas y socioculturales de los territorios. El número de actividades que realice la población de las zonas rurales va a garantizar

¹³ Entrevista realizada el 14 de abril al señor Moisés, socio de la empresa apícola.

que se dé un mayor o menor desarrollo. De acuerdo con Ceña, en un sentido amplio el desarrollo rural es *“un proceso de mejora del nivel de bienestar de la población rural y de la contribución que el medio rural hace de forma general al bienestar de la población en su conjunto, ya sea urbana o rural, con su base de recursos naturales”* (Ceña, 1993, pág. 32).

Parte de las actividades que se realizan son las pequeñas industrias siendo una fuente importante para reactivar la economía en las zonas rurales. Los emprendimientos que surgen en el área rural son principalmente manejados por familias enteras. Estas pequeñas unidades de producción rural son empresas en sí, en las cuales el jefe de familia o la familia completa, generan las condiciones para tomar decisiones que les permitan crearse una forma digna de vida. La empresa familiar puede definirse como:

“Una entidad conformada por una o más familias que se organizan y allegan recursos para la producción de un bien o servicio que satisfaga necesidades de la sociedad obteniendo un valor agregado que permita la correcta remuneración de las partes. Un espacio en donde se propicia la relación humana de todos sus integrantes y el bien común” (SAGARPA, 2006, pág. 18).

Una definición más completa es la que señala Parra como:

“una empresa en el pleno sentido de la palabra, es decir, 1) de una unidad permanente de producción de bienes o servicios que busca la rentabilidad en su operación, en el sentido mínimo de obtener un resultado económico por encima de los costos de insumos, trabajo y maquinaria, y 2) de una unidad dotada de un mínimo de tecnología moderna y organización empresarial, que trabaja para el mercado con base en la competitividad que aquellas le garantizan” (Parra Escobar, 2000, pág. 8).

La empresa rural tiene una doble finalidad, la finalidad económica y la finalidad social, en lo económico generar utilidades, remunerar el trabajo y producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades del consumidor. En lo social contribuir al desarrollo integral de socios y trabajadores, y ayudar a la obtención del bien común (SAGARPA, 2006, pág. 18).

Cabe señalar que algunos emprendimientos no van más allá de buscar un mínimo beneficio, siendo el de subsistir comercializando en el mercado local, algunos otros tienen la oportunidad de incursionar en la lógica del mercado capitalista lo que hace que sus miembros tengan la posibilidad de vender sus mercancías al mercado regional (o más allá de este), de establecer alianzas y darle continuidad a la empresa o de darle fin si no hay rentabilidad.

En la empresa apícola, el negocio fue dejando ganancias a los socios, *“mis hermanos mayores y mi papá se inclinaron en la inversión en la apicultura, era más rentable trabajar con las abejas”*, cuando se dieron cuenta que en la apicultura no tenían que estar todos los días y era mínimo el trabajo, decidieron que ese sería el negocio familiar.

A partir de estas definiciones se construirá una propia de empresa rural para el estudio de caso, *la empresa rural como un sistema organizado socioculturalmente que tiene como una de sus funciones la de ofrecer un servicio o, con un mínimo de tecnología, producir y/o transformar los recursos naturales en bienes de consumo con fines lucrativos, sin embargo, se diferencia de la empresa con localización urbana porque la empresa rural cumple una función muy importante en la sociedad que es la de buscar el bienestar colectivo sin dejar de lado la identidad por el territorio lo que también la fortalece y permite una sustentabilidad verdadera.*

La empresa rural tiene como ventaja el gran potencial de la mano de obra si se considera que son entidades en donde la estructura humana de trabajo está basada en la confianza y relaciones de autoridad definidas, lo que es clave para hacerla competitiva. La fuerza de trabajo proviene de la misma familia, la cual no dispone de una retribución fija para ninguno de sus miembros, determinando así que el ingreso sea variable y ligado estrechamente a resultados. En suma, el compromiso laboral de quien o quienes dirigen la empresa, (sea el padre, madre o algún otro

miembro de la familia), es absoluto, garantizando condiciones de trabajo justas, permanentes y equitativas.

Algunas características de las empresas rurales se explican a continuación:

La familia es la base de la mayoría de los emprendimientos, el apoyo de sus miembros, principalmente de quienes dirigen la empresa, es desinteresado, honesto y franco porque responde, no sólo al interés económico, sino también al afectivo, producto de la relación consanguínea, respondiendo a ayudar cuando hay problemas personales entre quienes conforman la empresa. De acuerdo a Walters, Cintrón y Serrano – García, (quienes hacen un análisis en base a Alonso, 1979; Jelin, 1998; Morales, 1996; y Silva, 1994) del concepto de familia señalan que la familia es *“una de las instituciones sociales que influye, regula, canaliza e impone significado social y cultural en la vida de las personas”* (Walters Pacheco, Cintrón Bou, & Serrano - García, 2006, pág. 18). Por otro lado Palacios y Rodrigo (2001) definen a la familia como *“un grupo de personas que comparten un proyecto de vida en el que se generan sentimientos de dependencia, compromiso entre sus miembros y establecen relaciones de intimidad y reciprocidad”*. Derivado del involucramiento de la familia en el trabajo de la empresa se desprenden algunas otras características que son propias de este tipo de empresas, tal es el caso del capital social, producto de las relaciones afectivas que existen entre los miembros de quienes conforman la empresa familiar.

El capital social definido como el *“contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, es decir, actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación”* (Durston, 2002, pág. 16). Según Bourdieu, el capital social es la suma de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones de reconocimiento mutuo más o menos institucionalizadas (Bourdieu, 1986). Coleman sugiere algo similar, y agrega que al ser un capital más, contribuye a alcanzar los logros fijados, siendo tan importante como el capital financiero, humano y natural (Coleman, 1988). El capital social está

formado por características como el apoyo entre sus miembros, la confianza, solidaridad, honestidad, ahorro, trabajo equitativo, respeto, constancia, continuidad, comunicación, etc. Todos estos valores son producto de los lazos de parentesco y por tener en común lograr el bienestar familiar.

En la apícola, la empresa está constituida por una familia, en esta relación familiar han aprendido a trabajar dejando a un lado envidias, mala fe y egoísmos, la razón de esta relación ha sido que mantienen un mismo objetivo y trabajan para alcanzarlo. En la empresa apícola la familia comparte muchos objetivos colectivos, lo que ayuda en trabajar hacia un mismo objetivo.

“nos ha llevado a un gran crecimiento como familia porque a veces trabajamos y las ganancias las ocupa otro por decirlo así y no tenemos envidia, eso nos ha ayudado mucho”. Se describe la relación que tienen como familia, su identidad en colectivo es la misma, lo que les da la ventaja de que todos trabajan hacia un mismo fin evitando conflictos personales.

De acuerdo a la Sagarpa, las ventajas y potencialidades que tiene la empresa familiar rural son:

- Disponibilidad de capacidad de trabajo y mano de obra de los integrantes de la familia.
- Administración a bajo costo
- Alta rentabilidad por unidad de capital
- Bajo costo por empleo generado
- Flexibilidad en la aplicación de la mano de obra
- El precio para inducir la producción de un bien es más bajo que el requerido para inducirlo en una unidad de mayor tamaño empresarial.
- Opera en un ambiente conocido, quienes conforman la empresa se valen de lo que saben de su territorio y cultura
- La estructura empresarial coincide con la familia (SAGARPA, 2006)

2.3.1 La competitividad de la empresa rural

Con el avance de la globalización, nuevas formas de hacer economía en las zonas rurales van surgiendo, y tal pareciera que el concepto *Competitividad* no tendría cabida en la ruralidad, ya que tiene un origen puramente capitalista como se ve en la siguiente definición del Canada's Task Force on Competitiveness in the Agri-food Sector, citado en (Solleiro & Castañón, 2005), el cual propone que la competitividad es *“la capacidad sostenida para ganar y mantener una participación lucrativa en el mercado”*. Sin embargo, en la nueva ruralidad se han adoptado estrategias productivas ajenas a lo tradicional, y una de estas es que la pequeña empresa en la ruralidad puede llegar a ser competitiva. El nuevo reto que tienen las empresas rurales es que se vuelvan competitivas para que cumplan con satisfacer la necesidad económica de la familia o familias que las conforman, garantizando su continuidad, pero sin dejar de lado la muy importante función social que tienen que es la de mejorar la calidad de vida de los habitantes a través del desarrollo local.

En términos generales y de acuerdo con el modelo de competencia perfecta, una empresa es competitiva cuando su costo promedio no excede el precio de mercado de su oferta de producto, es decir, debe ser rentable. A continuación se cita una definición más completa de lo que a competitividad se refiere:

“La capacidad dinámica de una cadena productiva para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida, su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, por medio de la producción, la distribución y la venta de bienes y servicios en el momento, lugar y forma solicitados, y sin olvidar que el fin último de su actividad es buscar el beneficio de la sociedad” (Cordero-Salas, Chavarría, Echeverri, & Sepúlveda, 2003, pág. 6 y 7).

En la competitividad dependen factores internos y externos a la empresa. Los factores internos son aquellos que condicionan su capacidad de crear valor; los factores externos provienen del entorno (factores macroeconómicos, institucionales o de estructura de mercado), condicionan la competitividad de las empresas dentro

de una región (Fernández Sánchez, Montes Peon, & Vázquez Ordás, 2012, pág. 11). El desempeño competitivo de la empresa depende, en primera instancia, de su capacidad para manejar los siguientes elementos internos bajo su control (factores internos):

- Selección de la cartera de productos
- Selección de tecnología y equipo
- Organización interna
- Adquisiciones
- Proyectos de investigación y desarrollo
- Sistemas de control de calidad
- Contratación, capacitación y gestión de los recursos humanos
- Comercialización y distribución
- Financiamiento y administración de los costos

Por otro lado, la competitividad depende también de la calidad de las interacciones que la empresa establece con una serie de factores externos que incluyen:

- El entorno macroeconómico.
- La eficiencia de las empresas de apoyo que proveen insumos y servicios.
- La infraestructura física, especialmente para telecomunicaciones y transporte.
- La infraestructura humana, expresada en la cantidad y calidad de los recursos humanos.
- La infraestructura institucional para la provisión de servicios financieros,
- Apoyo a las exportaciones, asistencia tecnológica y sistemas legales.

(Solleiro & Castañón, 2005, pág. 168 y 169)

Para que el termino competitividad funcione en la ruralidad, primero se volverá a mencionar que la diferencia de la empresa rural con la empresa capitalista es la retribución social que genera a la localidad en donde está inserta. Ahora bien, a partir de esta característica se citará a Echeverri con su análisis para redefinir el

concepto de competitividad para el mundo rural, incluyendo en la definición el beneficio social que la empresa rural proporciona:

“cuando se incorporan las externalidades, es decir, los beneficios sociales de las actividades productivas rurales, es posible incorporar el concepto de competitividad social, como expresión de una economía de eficiencia que dé cuenta cabal de las retribuciones que esta tiene para el conjunto social, incluyendo a los empresarios y a las rentabilidades privadas, pero no limitando su valoración a este ámbito” (Echeverri Perico, 2007, pág. 2)

Con el término de competitividad social se incluyen los aspectos de eficiencia productiva, sin limitarse a la rentabilidad, sino ajustándolo a lo que es actualmente la economía rural. Una definición propia a partir de las ya analizadas sería *la competitividad como la capacidad que tiene un sistema organizado de individuos para generar bienes y/o servicios de calidad, a costos mínimos, que estén en posibilidad de mantenerse en el mercado (local, regional, nacional o extranjero), con la finalidad de lograr un beneficio económico y social.*

En el siguiente capítulo se describirán y analizarán las relaciones que el grupo familiar tiene y cómo ha influido el trabajo colectivo, los saberes locales, el conocimiento adquirido y el trabajo diario que por más de 2 décadas se encuentran realizando en la apicultura.

Capítulo III

Construyendo colmenas: organización competitiva en apicultura

3.1 Apícola Hueyitalpan “Miel Tierra Grande”

En este último capítulo se describirá y analizará la trayectoria de la empresa apícola, los retos que ha enfrentado, los logros que ha obtenido, el conocimiento que han acumulado a través de la experiencia y el trabajo con las abejas, se citan algunos extractos de la entrevista realizada a Don Moisés, socio de la empresa y encargado de la planta procesadora. También se señalará por qué se considera una empresa competitiva a pesar de las limitantes que tiene el territorio rural y cómo han influido el territorio, la cultura e identidad en la forma de organización y trabajo que los socios han construido para llegar hasta donde están.

La empresa “Miel Tierra Grande” dedicada a la apicultura, ubicada en el municipio de Mártir de Cuilapan, en la localidad denominada Hueyitalpan, de la cual se ha hecho referencia en capítulos anteriores, produce actualmente 1,080 toneladas de miel de abeja y sus derivados¹⁴ al año. El grupo familiar que conforman la apícola Miel Tierra Grande tiene su ubicación en la localidad del mismo nombre¹⁵, ahí se localiza la planta procesadora donde se extrae la miel y donde se elaboran los diferentes productos derivados de ésta. La localización de las colmenas abarca localidades de casi todos los municipios de la región centro del estado de Guerrero. A continuación se mencionan datos importantes que dan cuenta de la trayectoria que ha tenido la empresa apícola desde sus inicios.

¹⁴ Entre otros productos que se derivan de las colmenas destacan: el polen, la jalea real y el propóleo, los cuales procesan para obtener suplementos alimenticios, jarabes, granola, dulces, lociones, jabones y champús.

¹⁵ Tierra Grande es el significado en náhuatl de Hueyitalpan.

3.1.1 Origen y antecedentes

La empresa Apícola Hueyitlalpan Miel Tierra Grande, surge por un proyecto de aves aprobado por Sagarpa a la familia del señor Andrés, proyecto que no se realiza y como compensación le otorgan 20 cajones de abejas, al final logran quedarse con dos cajones los cuales comenzaron a trabajar y fue a partir de ahí que comenzó el interés de producir más colmenas. Al ser una actividad que ellos no realizaban como sustento económico, carecían de los conocimientos de cómo tratar a las abejas, cómo alimentarlas y qué cuidados debían tener. El señor Andrés junto con su familia, reciben la capacitación de cómo mantener a las abejas y cosechar la miel de manera adecuada, para poder realizar esta actividad tuvieron que valerse de lo que ellos sabían del territorio, tipo de vegetación, clima, dirección del viento, altitud, etc., pero también tuvieron que adquirir el conocimiento sistematizado de cómo colocar las colmenas, qué hacer para atraer a las abejas, cómo alimentarlas, qué material comprar, etc., dando como resultado la construcción de un nuevo conocimiento que conjuntaba los dos: el conocimiento local y el conocimiento científico. La apropiación de este nuevo conocimiento sistematizado, les permitió adaptarse a realizar una nueva actividad como sustento y convertirla en su actividad principal cuando la familia se da cuenta de lo redituable que era el negocio ya que por la zona no había alguna otra empresa con ese giro y el trabajo era mínimo en ese entonces, consistiendo en visitar las colmenas un par de veces por semana, así lo cuenta Don Moisés, hijo del señor Andrés y uno de los socios de la apícola:

“vimos ciertas cualidades, ciertas ventajas... a la abeja la puedes revisar en el día y puedes ir a los ocho días o cada cinco días, y el campo hay que estar todos los días, hay que regar, y las vacas igual, en la mañana hay que ordeñar hay que dar de comer, (...) vemos más favorable trabajar en la apicultura que en la ganadería (...) más rentable...”¹⁶.

¹⁶ Extracto de la entrevista realizada el día 14 de abril de 2016 a Moisés Morales, socio de la apícola Miel Tierra Grande.

Aunque nunca dejaron de emplearse en la agricultura y ganadería, la apicultura empezó a formar parte de la vida cotidiana de los socios, ya que se les presentó como una actividad más que ellos podían realizar y obtener ingresos económicos de ésta.

Con las ganancias que iban obteniendo, poco a poco iban comprando más colmenas, en el año de 1996 ya contaban con 60 colmenas aproximadamente. Con el paso del tiempo la familia pronto aprendió a hacer sus propios cajones para las abejas, haciendo ellos mismos sus propias herramientas de trabajo formaron un pequeño taller de carpintería, con el que se ahorraron la compra de las colmenas. Así lo cuenta Don Moisés:

“en el 96 más o menos, se fue instalando nuestro taller de carpintería, el primero, pues no teníamos equipo sólo era un serrote, una segueta, un formol, todo era hechizo¹⁷ y ahí fue cuando empezamos a producir en el taller nuestras colmenas (...) a mi papá le enseñaron cómo capturar las abejas, cómo domesticarlas, cómo sacarlas de las peñas, de los árboles y ponerlas a los cajones de madera.”.

Comenzaron a ser autosuficientes porque al ir aprendiendo más sobre la apicultura, aprendieron a cómo elaborar parte de los materiales que ellos necesitaban, evitándose algunos costos y haciéndolos con las características que ellos requerían. Esta característica le dio una gran ventaja a la empresa, porque en el caso de la elaboración de cajones para las colmenas, fueron adquirieron especialización y posteriormente los elaboraron para su venta.

En el año de 1996 ya contaban con 120 colmenas aproximadamente, en 1998 ya eran poco más de 230, llegando a tener 2,000 colmenas para el año 2006. Cada año el número de colmenas fue incrementándose hasta que les fue imposible tener las colmenas en una sola localidad, esta situación los orilló a salir de la comunidad y buscar otras localidades en dónde colocar colmenas y criaderos.

¹⁷En México y El Salvador la palabra hechizo se refiere al aparato o instrumento que no es de fábrica, sino que ha sido hecho de forma artesanal.

Hueytlalpan es una localidad de migrantes¹⁸, muchas personas de las que ahí viven han viajado a Estados Unidos por un trabajo mejor remunerado. Ese fue el caso también de Moisés y dos de sus hermanos quienes estuvieron ausentes de 1998 a 2004, periodo que aprovecharon para invertir en la compra de colmenas, gracias al programa “Alianza para el campo”¹⁹ en 2003, donde al comprar una cantidad de colmenas el gobierno aportaba otra cantidad.

“En el 2003 aun estando fuera, recibimos el primer apoyo del gobierno que era Alianza para el campo, que comprabas la mitad y te daba la mitad, entonces en ese año tuvimos la opción de hacer una buena inversión y entonces compramos mucho equipo, eso fue un crecimiento para nosotros porque nos daban la mitad, estando en Estados Unidos, yo compro 100 y el gobierno me da 100 (colmenas), pues es un gran empujón, entonces de ese proyecto, negociando con el proveedor, sólo nos dio unas partes del material y otras las fabricamos acá en el taller, (...) todavía más se duplicó, así que si íbamos a recibir el proyecto era como de 400 colmenas, recibimos como 700, entonces eso nos ayudó, fue un gran empuje...”

Los programas²⁰ al sector rural aportan diversos beneficios si se les da un buen uso. En el caso de la mielera, los socios mantenían un contacto directo con Sagarpa y

¹⁸ De acuerdo a datos de INEGI, en el año 2010 la población migrante internacional con destino a Estados Unidos fue del 97.9%

¹⁹ Alianza para el campo. Programa gubernamental de apoyo al sector rural que surgió en el año 1995 con el entonces presidente Ernesto Zedillo, de acuerdo a las reglas de operación del programa en 2002, en la sección sobre el programa apícola se estableció, entre otros beneficios, otorgar apoyos para la adquisición de colmenas y sus partes, núcleos de fecundación, trampas de polen y cera estampada; abejas reina comercial, núcleos de abejas, semen (pajillas) y equipos de inseminación instrumental; acaricidas, secadoras de polen, tambos, extractores manuales y eléctricos, estampadoras de cera; para la realización de análisis físico-químicos y de residuos tóxicos en miel, así como para la construcción o remodelación de Centros de Acopio, con el objetivo de incrementar la producción y productividad de las unidades apícolas, así como la elevación de la calidad de la miel y otros productos de la colmena, mediante el fortalecimiento de la infraestructura y equipamiento productivo, el mejoramiento genético y el control sanitario, http://www.funcionpublica.gob.mx/scagp/dgorcs/reglas/2002/r08_sagarpa/completos/ro_alianza_2002.htm

²⁰ De acuerdo con lo establecido en los artículos 25 y 26 de la Constitución Federal, el Estado mexicano y los gobiernos que de él emanen, tienen la obligación de dirigir y planear el desarrollo nacional, mediante el fomento económico de los sectores público, social y privado, que favorezcan el empleo y una justa distribución del ingreso y la riqueza entre los individuos, grupos y clases que integran la nación. En el caso del sector rural, la SAGARPA coordina los programas de Procampo, desarrollo de capacidades y extensión rural, PROGAN, Reconversión productiva, Fondo para la inducción de inversión en localidades marginadas, Sanidades, Agricultura protegida, entre otros.

gracias a la experiencia y el trabajo diario en la empresa supieron invertir lo que habían ganado mientras estaban en Estados Unidos. Cabe señalar, que muchos de los programas que pone en marcha el gobierno no siempre cumplen con el objetivo de reactivar la economía en el sector rural, sin embargo, en este caso había ya una relación de trabajo con la institución gubernamental, esa relación sumada al objetivo en colectivo que tenían de mejorar la empresa, fue lo que los llevó a saber dónde dirigir la inversión.

Esta relación con la institución como se mencionó al principio, tiene su origen cuando Sagarpa les otorgó las primeras 20 colmenas, y desde que comenzaron a trabajar la apicultura han tenido al alcance algunos apoyos que han sabido aprovechar y que les ha permitido incrementar su producción al adquirir nuevas colmenas y equipo para el procesamiento de la miel, o a combatir la varroasis²¹ en las abejas. Antes de que se constituyeran como un grupo familiar formal, los hermanos mayores de Don Moisés eran quienes se encargaban de llevar la producción y lo convencieron a él de regresar al pueblo y dedicarse de lleno a trabajar con las abejas.

Comenzaron a comercializar su miel con la marca Tlally, que significa tierra en náhuatl, lo que indica que aún perdura la esencia de su origen y lo reflejan en este caso en el nombre de su marca, lo mismo pasa con el nombre de la empresa, el cual es la traducción en náhuatl de Hueytlalpan: Miel Tierra Grande.

Durante su crecimiento como empresa apícola, tuvieron la oportunidad de que una empresa los contactara para fungir como intermediario y vender su miel al extranjero, esa oportunidad la aprovecharon y los motivó a producir más miel, además que al vender a gran escala no tenían que envasar, ni etiquetar y eso les

²¹ La Varroasis es una parasitosis externa infecciosa, que afecta tanto a la cría como a la abeja adulta, la enfermedad es causada por el ácaro Varroa Destructor, y es la más temida por los apicultores en el mundo ya que causa las más grandes pérdidas económicas en el sector apícola, está muy extendido y tiene una fuerte capacidad de adaptación a los tratamientos. En <http://teca.fao.org/es/read/8694>

ahorraba muchos costos, sin embargo, cuenta don Moisés que dejaron de vender al mercado local porque económicamente les convenía venderle todo a ese intermediario, hasta que, de manera repentina, el intermediario dejó de comprarles y su producción se quedó en bodega, fue ahí cuando valoraron la importancia de los pequeños consumidores, de los clientes locales:

“cuando el precio de miel por kilo estaba excelente para vender, vendimos toda nuestra miel (al intermediario), clientes (locales) que teníamos los perdimos todos, dejamos de venderles porque me convenía más venderlo todo en tambos que estar midiendo la miel y maquilando. Cuando el que estaba exportando se le cae el precio y me dice ‘ya no te compro tu miel’... y ahora qué cara le pongo a mis clientes locales para que me vuelvan a comprar... entonces ese fue el aprendizaje, ahora esté bien pagada o no, hay un porcentaje de miel que se queda en bodega para el mercado local y es el que nos mantiene bien”

Este tipo de experiencias negativas los ha ayudado a ser más hábiles como empresarios, que es uno de los retos más difíciles, ahora que ya dominan la producción, también poseen experiencia en cuanto a comercialización, a buscar y mantener clientes, tanto grandes como pequeños. Por ese tiempo también se enfrentaron al cierre del mercado europeo, que es el principal destino de la miel mexicana, a consecuencia de esto, llevaron a cabo estrategias como salir a ferias y exposiciones a diferentes estados del país con el fin de dar a conocer su miel, en esos andares aprendieron que la miel es sólo uno de los productos de la colmena, pero estaban ignorando otros como el polen, el propóleo y la jalea real, y lo que podían producir a partir de éstos. Sus inversiones ahora se dirigen a diversificar su producción. Así lo relata Don Moisés: *“gracias a la crisis pudimos darnos cuenta que había que explotar más la producción de las abejas”*. En este párrafo se describen algunas situaciones poco favorables que enfrentaron el grupo familiar pero que no los detuvo en su carrera como empresarios, sino que mantuvieron firme la visión de convertirse en una empresa competitiva.

Con la experiencia que ya habían acumulado en la apicultura los hermanos se juntan para constituirse de manera formal, en un principio como una Asociación Civil

y, posteriormente, en el 2004 se constituyen como una Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada (S.P.R. de R.L.). En ese mismo año se les aprueba un proyecto para instaurar su planta procesadora, hecho que les trajo muchos beneficios en cuanto a tener un espacio exclusivo para realizar las actividades de la apícola, ya que antes se realizaban en los domicilios particulares y no había horarios establecidos para las actividades. En la siguiente fotografía se puede observar que el inmueble de la planta está hecho de concreto, en este edificio de 18 metros de frente por 12 metros de fondo, consta de tres niveles en donde se limpia, envasa y etiqueta la miel, también se elaboran aquí los demás productos; el edificio es una muestra de los logros que tiene la empresa porque esta planta les permitió producir a una mayor escala y era indispensable para poder obtener, posteriormente, las certificaciones que dieron valor agregado al producto facilitando el acceso de la miel envasada en el mercado nacional e internacional con su propia marca.

Fotografía 4. Planta procesadora



Fuente: Foto tomada por Adisamed Abarca García, obtenida el 30 de octubre de 2017

La planta se encuentra localizada en una colina del pueblo cercana a un ojo de agua, lo que les garantiza el abastecimiento inmediato del vital líquido y además se encuentra un poco aislada del centro de la localidad. Del 2004 hasta la actualidad

han ampliado su línea de productos y comercializan en casi la totalidad de los municipios de la región centro del estado.

3.2 Organización de la colmena: División de funciones dentro de la empresa

Con la actual constitución de la empresa familiar, se tiene al frente de la organización a los hermanos quienes han dividido el trabajo por áreas, siendo la principal la apicultura, después están: el taller de carpintería, donde se fabrican las colmenas y algunas otras herramientas; el vivero de plantas forestales, ganadería y finalmente el área de agricultura. A continuación se describen las áreas de trabajo del grupo familiar:

Apicultura. El principal trabajo del grupo familiar, es exclusivo de todo lo que tiene que ver con los productos de la colmena, su procesamiento, envasado y comercialización.

Taller de carpintería. En el taller elaboran los cajones que necesitan para instalar las colmenas, pero también elaboran cajones para su venta al público.

Vivero de plantas forestales. El vivero tiene estrecha relación con la primera fase de la apicultura, tiene la función de producir plantas de la región con la finalidad de sembrarlas en las localidades donde se encuentran las colmenas, con el fin de que las abejas siempre tengan al alcance el néctar que se necesita para producir miel.

Construcción. Esta área es la que se encarga de realizar todas las actividades de construcción, ampliación y remodelación de los espacios de la empresa, así como de las viviendas del grupo familiar.

Agricultura y ganadería. Estas actividades son parte de la vida de todos los habitantes de la zona, aunque aparentemente no tiene relación con la apicultura, para el grupo familiar son actividades que desde sus ancestros han venido realizando.

Las áreas en las que se desempeña el grupo familiar fueron surgiendo por el interés de ser autosuficientes, es decir, de depender de su propio trabajo, además de que

utilizaron parte de los conocimientos que en la localidad habían aprendido, como la carpintería o la construcción. La ventaja de tener esas áreas, en términos económicos, reducción de costos; en el ámbito social, la ventaja es que les hace requerir de más personal que les ayude a cubrir la totalidad de trabajo, por lo tanto ofrecen mayor empleo.

La familia tiene una forma particular de trabajar, hay un socio o más encargado de cada área, quien tiene su propio personal que le ayude a desempeñar las actividades. Al cabo de dos o tres años, se da una rotación de personal, y el socio que estaba encargado de esa área pasa a ser responsable de otra área dentro de la empresa. Esto les genera una ventaja ya que “todos saben hacer de todo”, y cuando necesitan ayuda la solicitan al responsable anterior, porque entre ellos el trabajo es solidario, “no hay envidias” porque el beneficio de realizar un buen trabajo es para todos. Así lo cuenta el señor Moisés:

“La ventaja del negocio es que todos conocemos el manejo, por ejemplo si yo estoy a cargo de la planta pero si me dicen te vas a ir a la producción de miel, aquí está el equipo y la camioneta, lo puedo hacer, conozco bien el área, si me dicen te quedas en el taller de carpintería, conozco el taller de carpintería, trabajé dos años de responsable en el taller de carpintería (...), eso nos ha permitido aprender...”.

La manera que tienen de organizarse la fueron construyendo a través de la experiencia, optaron por esa forma de trabajo porque es la que les ha funcionado evitando la especialización en una sola área y promoviendo el apoyo y la cooperación entre ellos. La desventaja es que al cambiar de responsable tienen que readaptarse y aprender nuevamente las tareas a realizar, y durante este aprendizaje se pueden ver ralentizado sus procesos.

Con respecto al género, también hay una división del trabajo, anteriormente los hombres eran los que se encargaban de la mayor parte del trabajo, desde ir a los criaderos, dividir las colmenas y extraer la miel; en las localidades rurales es una característica donde los hombres son quienes trabajan la tierra y realizan las labores

más pesadas porque son ellos quienes llevan el sustento a sus familias. Las mujeres también se empleaban en la empresa apícola, pero su trabajo era etiquetar lo que se producía, trabajo que realizaban sin salir de casa. Actualmente hay hombres y mujeres en la planta procesadora en sus diferentes áreas.

En cuanto a edad, el trabajo de la empresa lo realizan los adultos pero los niños tienen un poco de participación, son los hijos de los socios los que trabajan, no en la apicultura pero sí se emplean en cuestiones del campo haciendo lo que los adultos les soliciten.

3.2.1 Aprendiendo de las abejas

Al pasar de los años el trabajo con las abejas, a esta familia, les ha redituado no sólo en el ámbito económico, sino también en el ámbito cognoscitivo. Han “aprendido haciendo”, y se han identificado con el trabajo que realizan las propias abejas. Cuenta Don Moisés que han sentido admiración por la vida de las abejas y han aprendido a respetarlas y tratarlas. Los habitantes de esa zona estaban acostumbrados a convivir con las abejas antes de que incursionara la abeja africana, que por la década de los noventa llegó a afectar el ganado de los campesinos generando mucha mortandad. Don Moisés y sus hermanos han aprendido a trabajar con abejas evitando que agredan propiedad de los vecinos. De acuerdo a lo que han aprendido, las colmenas no deben ponerse a menos de 200 metros de distancia de las casas, de corrales o de algún camino. Todo esto lo fueron aprendiendo a través de la prueba y error sumado a la capacitación que Sagarpa les proporcionó y a los cursos, congresos, foros, talleres y ferias a los que asisten cada año.

“podemos decir que aprendimos sobre la marcha, muchas veces, nuestras abejas mataron a un burro, un caballo; una por un mal manejo otra por el exceso de confianza de las personas sobre las abejas (...) primero identifico donde las voy a poner, que no esté un camino muy cerca, que no haya ganado cerca, que no haya una casa, mínimo a 200 metros, 150, y también si alguien habita buscamos ciertos perfiles, por ejemplo, si hay un cerrito o algo que cubre no hay problema porque no es visible, eso lo fuimos aprendiendo con el tiempo”

En el siguiente párrafo don Moisés relata cómo se deben tratar a las abejas, con buena actitud, con buen ánimo, para que no piquen *“nosotros sí le hemos aprendido mucho a la colmena y sí un cierto respeto, tú no puedes llegar con las colmenas insultando o muy agresivo o muy prepotente porque te dominan, te pican... lo sienten”*. El señor Moisés cuenta que es el olor que desprende el individuo al acercarse a la colmena y las abejas perciben, a través de este olor, si serán atacadas o no.

3.3 Una empresa rural competitiva

Aunque al principio tuvieron dudas de cómo debían de continuar el negocio, poco a poco fueron reconociendo las ventajas que para ellos tenía trabajar con las abejas

“yo llevaba siete años fuera y veía que el restaurante donde había trabajado era la línea mía, voy a trabajar lo que es cocina, pero ellos (mis hermanos) me hicieron entender, “el restaurante va a estar todos los días, no puedes fallar, si no estás no es el mismo trato con los clientes, y aquí en las colmenas las vas a ir a ver, si tienes poquitas sólo tres días por semana vas a trabajar y vas a ver el negocio” y algo bien importante que creo sí pude analizar muy bien que me dijeron “oye si ya fuiste ahorraron vamos a invertir, pero tus inversiones no se pueden ir fuera, creo que aquí en el pueblo también se puede, aquí se puede, no es necesario que se irse fuera, es mejor que hagamos algo aquí en el pueblo”.

En este pequeño relato, Don Moisés cuenta que tuvo un fuerte interés por dedicarse a la actividad restaurantera porque fue el trabajo que aprendió cuando emigró a Estados Unidos, sin embargo sus hermanos que estaban trabajando en la apicultura lo convencieron para regresar al pueblo y dedicarse a la apicultura porque notaron

el beneficio económico de la actividad. Accedió, porque aunque realizaría las mismas actividades, estaría en su territorio, con los suyos, pero ahora con la visión de trabajar para generar ingresos económicos. En esa decisión influyó el apego al territorio, porque es el espacio que les otorga seguridad y comodidad, y el deseo de llevar otro conocimiento, el aprendido en otro país, y aplicarlo en la comunidad.

Para sustentar porqué es competitiva la empresa apícola Miel Tierra Grande se describirán algunos aspectos que la hacen estar en posición de competir con productores más grandes del mismo estado y con empresas que venden miel en centros comerciales.

Línea de productos. A lo largo de todos estos años han acumulado una larga lista de productos que elaboran a partir de la miel. Los productos que trabajan van desde productos alimenticios (miel, propóleos polen, jalea real, granola), hasta productos medicinales (jarabes, concentrados y dulces de propóleo; pomadas) y para el cuidado personal (cremas, lociones, champús y jabones).

Fotografías 5 y 6. Productos de la empresa



Fuente:http://www.milenio.com/estados/cruzada_nacional_contra_el_hambre-hambre_en_guerrero-municipio_pobre_5_469803026.html

Después de dominar la extracción de miel, se especializaron en recolectar el polen, ya que es otro de los productos que, por su alto contenido energético, se comercializa bien como suplemento alimenticio, sólo o combinado con miel.

“Cuando (la abeja) entra a la colmena le ponemos una trampa de plástico, de malla, hay varios métodos, y a la hora de que pasa presión y lo desprende, (el polen) cae en una charola, lo recolectamos lo traemos a la planta, le hacemos limpieza, lo secamos, lo congelamos dependiendo de para donde vaya a ir la venta y ese es el polen y ese fue el segundo producto que empezamos a verlo como negocio también”.

En el párrafo anterior, se explica el proceso de colecta del polen en palabras del señor Moisés, quien la experiencia ganada en el trabajo, conoce todos los procesos de cada uno de los productos que manejan.

Después del polen, el siguiente producto que trabajaron fue el propóleo, que es la resina que las abejas obtienen de algunos árboles, siendo su color más oscuro que el de la miel y con propiedades antibacteriales. Con el propóleo crearon jarabes para la tos, dulces, lociones, champú..., poco a poco se fue haciendo más extensa su lista de productos, incluyendo jabones, jalea real y compuestos de miel con jalea real, polen y otros.

En cuanto a los tipos de mieles, ellos extraen la miel amarilla y la miel oscura. El tipo de miel varía de acuerdo a la región y la temporada en la que se coseche. En la región centro, que es la región en donde ellos tienen sus colmenas, abundan las hierbas silvestres en épocas de lluvias, el polen que las abejas recolectan de estas flores (del género *Heterotheca* principalmente), da como producto final una miel amarilla o miel mantequilla, siendo su color casi transparente y es el producto que ellos más comercializan porque es el que prefieren sus clientes. La miel oscura es producto de árboles como el cazaguante, huamúchil, copal, mientras que la miel mantequilla es multiflora.

Fotografía 7. Tipos de mieles que producen



Fuente: Tomado de: <http://antad.biz/micrositio/6454>

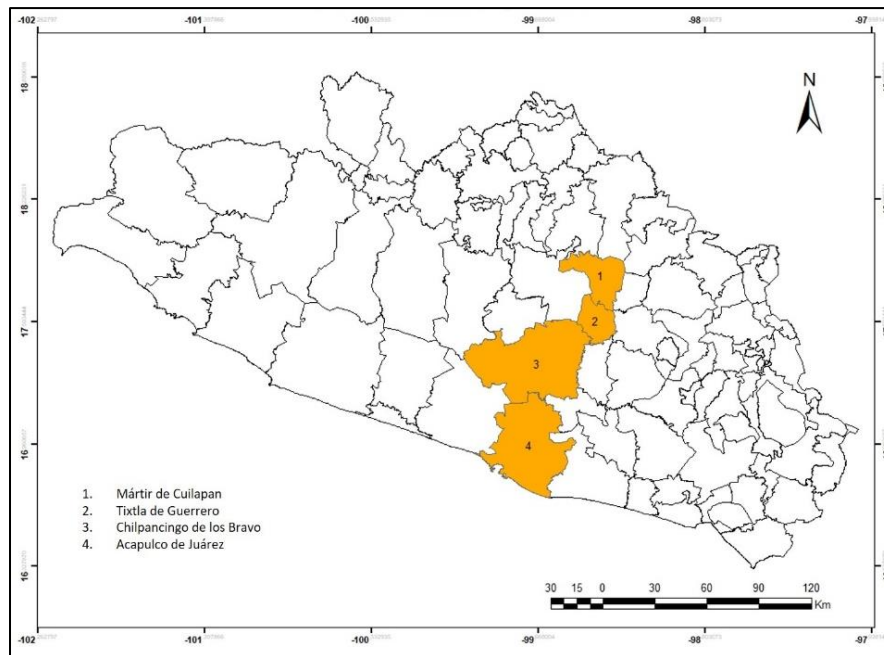
“En el lugar en que estamos nosotros, un 90% de nuestra producción es miel amarilla, pero la cosechamos de octubre a enero, y de enero en adelante nosotros seguimos cosechando miel pero más oscura porque es de Colotlipa...”.aquí don Moisés explica que los colores de la miel están relacionados con la vegetación de cada lugar, así es como producen desde miel amarilla hasta miel más oscura, de las cuales la que mejor les pagan es la amarilla.

Calidad. La calidad de los productos que comercializan está garantizada por el Programa Nacional de Inocuidad y Calidad de la Miel en México, que promueve la aplicación de las Buenas Prácticas de Producción, así como las Buenas Prácticas de Manejo y Envasado de Miel. Actualmente cuentan con la certificación en ambas y la certificación del criadero de abejas otorgados por Senasica²², con estos certificados garantizan que su producción sea de calidad, cumpliendo con los requerimientos de sanidad. *“nosotros cuidamos que la misma miel, la que producimos, la que se pueda ir para la exportación es para el mercado local también, con la misma calidad”*. Para el grupo familiar es muy importante la calidad, tanto para el mercado local como para el mercado internacional.

²² Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, tiene como objetivo regular y promover la aplicación y certificación de los sistemas de reducción de riesgos de contaminación de los alimentos y la calidad agroalimentaria de estos, facilitando el comercio nacional e internacional de bienes de origen vegetal y animal, tomado de <https://www.gob.mx/senasica/>

Comercialización y distribución. La comercialización dentro del mercado local se realiza principalmente en la región centro del Estado de Guerrero, otra parte de lo que producen se va a Alemania a través de un intermediario. En el siguiente mapa se muestran los municipios en donde han contactado a pequeños comerciantes para que comercialicen sus productos.

Mapa 5. Comercialización de productos



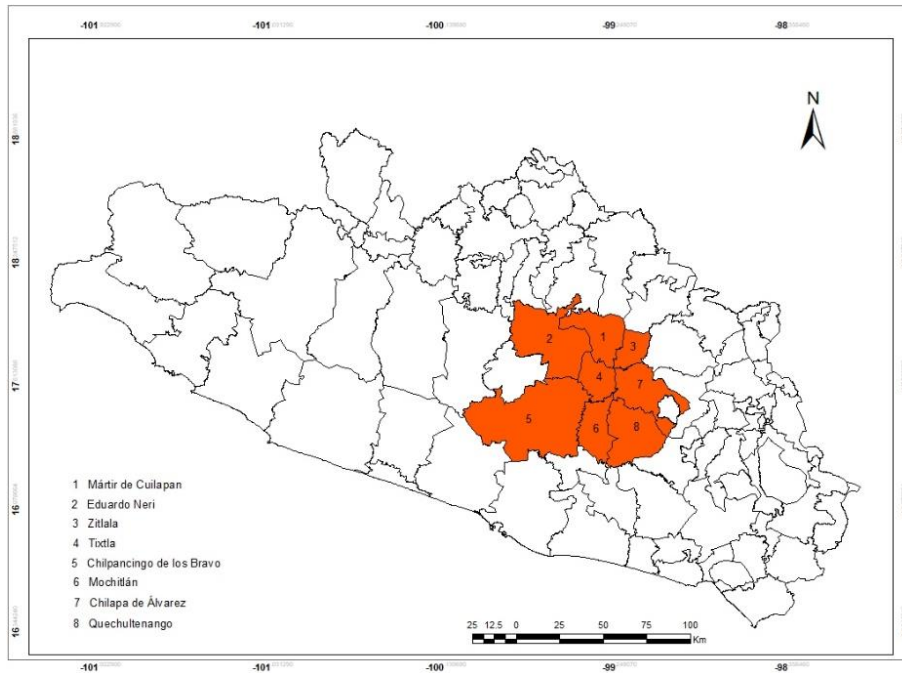
Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la empresa

Han promovido sus productos en eventos como ferias, exposiciones, etc. cuyo objetivo es el de promover el consumo de miel y dar a conocer los demás productos de las abejas a la población. En cuanto a distribución, el grupo contacta, en las localidades en donde desea vender, a pequeños comercios para que pongan al alcance del consumidor sus productos.

Producción. Su producción anual de miel es de 1,080 toneladas. El alcance que tiene su producción no se limita a la localidad en donde viven sino que abarca otras localidades del municipio como: Zotoltitlan y Apango, y fuera del municipio cuentan con colmenas en localidades de Zitlala, Eduardo Neri, Chilpancingo, Mochitlán,

Quechultenango, Tixtla y Chilapa de Álvarez, todas pertenecientes a la región centro del estado.

Mapa 6. Localización de colmenas



Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por la empresa

En el mapa se observan de color naranja los municipios es donde la empresa apícola tiene instaladas colmenas. Los apicultores viajan a estos municipios para proporcionarle los cuidados a las colmenas y para recolectar los marcos a los que se les puede extraer miel.

Fotografía 8. Criaderos de abejas



Fuente: Foto tomada el 10 de septiembre de 2015

En la fotografía anterior se muestran los criaderos de abejas que la empresa tiene localizados en la entrada a la localidad, son criaderos certificados lo que les permite la venta de abejas, abejas reinas y núcleos.

Tecnología. Utilizan maquinaria para producir miel a gran escala, en la planta para la extracción y procesamiento de la miel, envasado y etiquetado automatizado, esta tecnología es importada de Estados Unidos, ya que en México no se consigue lo que ellos necesitan para trabajar de forma óptima lo que ellos producen y así satisfacer la demanda del mercado. En la siguiente fotografía se puede observar parte de la tecnología que utilizan para extraer la miel de los marcos, se observa que es maquinaria nueva, recientemente adquirida lo que les permite realizar el procesamiento con la calidad exigida.

Fotografía 9. Tecnología utilizada



Fuente: Foto tomada por Adisamed Abarca García, obtenida el 30 de octubre de 2017

Gestión ambiental. Las divisiones en las que trabajan en la empresa permiten que haya una renovación de los recursos forestales. Así, el vivero de plantas forestales

produce plantas melíferas y poliníferas²³ endémicas de la región que los apicultores siembran en los alrededores de donde están localizados los apiarios, esto para garantizar la producción de miel y renovar el medio ambiente.

Sustentabilidad. La empresa es sustentable porque la actividad apícola es una de las mejores actividades que se pueden realizar sin alterar el medio, el trabajo que realiza la abeja ayuda a que la flora se renueve gracias a la polinización. En cuanto a la función económica, al ser una empresa posicionada en el mercado, atrae dinero a la comunidad, lo que ayuda a que la población viva mejor. En el aspecto social, la empresa otorga empleo y ayudan a la población cuando hay alguna contingencia.

Territorio. A diferencia de las anteriores características que hacen a la empresa competitiva, el territorio es una parte externa que no pueden controlar y que, en este caso, les es favorable para ser competitiva. Las condiciones físicas del territorio (clima, vegetación, altitud, tipo de suelo) han permitido que a los apicultores produzcan el tipo de miel que en el mercado es la más cotizada (miel amarilla). En cuanto a localización de la empresa, Hueytlalpan está en cercanía a dos centros urbanos importantes como lo son Apango y Tixtla, esta característica junto con las condiciones de los caminos facilita la interacción entre esas localidades y permite que haya un flujo mayor de mercancías abaratando los costos de transporte.

3.4 Apicultura como un estilo de vida

Más que un deber, el trabajo con la apicultura es parte de la vida de quienes comenzaron ese proyecto. Existe un vínculo que sobrepasa el de ser sólo el medio de subsistencia familiar. En este vínculo se encuentran involucrados sentimientos, vivencias, sacrificios y el esfuerzo que han puesto para mantener operando el negocio. También, los ahora socios, han crecido junto con la empresa, las abejas los han acompañado por más de veinte años y aunque su trabajo principal era la

²³ Las plantas melíferas son las que utilizan las abejas para recolectar miel, por otro lado, las plantas poliníferas producen polen.

agricultura, por necesidad y por aprovechar la oportunidad que se les presentó tuvieron que estar abiertos a aprender sobre la cultura del manejo de las abejas. El señor Moisés relata que la gente de esos lugares ya estaba acostumbrada a convivir con las abejas, antes de su africanización, pero ellos tuvieron que adaptarse a las dificultades que provocó la abeja africana y a especializarse a fondo en la apicultura.

Muchas de estas características son propias de la población de las áreas rurales, como se señaló en el capítulo anterior, la familia rural posee otro tipo de características como una cultura e identidad más estrecha con el territorio, además de que la unión familiar se encuentra más valorizada, al igual que el trabajo colectivo; sin embargo, también se ven influenciados por la ruralidad que adopta características de la modernidad, es por eso que el trabajo apícola que hoy realizan dista mucho del que realizaban hace 15 años; han tecnificados sus procesos para producir más, manteniendo la calidad. Pero aunque la modernidad incursionó a su estilo de trabajo no han abandonado las enseñanzas que las abejas les mostraron. Así lo cuenta don Moisés:

“una abeja tiene varios trabajos, nace y su primer trabajo es hacer limpieza en las celdas reales y alimentar a las larvas, ese es su primer trabajo, no cuestiona si no quiere, y si no trabaja: la matan, si nace defectuosa, si le falta un ala, si le falta una pata: la matan. No hay incapacitados dentro de una colmena, suena duro pero es una realidad”.

En este párrafo, el señor Moisés relata la importancia del trabajo para las abejas, el ciclo de la abeja lo vive trabajando, y de cierto modo ellos se identifican con el trabajo de estos pequeños insectos.

Después de eso empieza a hacer trabajos de guardián en la colmena, por seguridad de ellas, si ve un objeto que se mueve va, lo identifica y si se pone agresivo da la alarma y son las primeras que van a atacar, cuando ya es una abeja adulta es la que sale al campo y se va por néctar, muere en el campo, porque por lo regular no se da mortandad en las colmenas, mucha abeja adulta muere en el campo y muere en el trabajo, trabajando”.

Este conocimiento que relata don Moisés sobre el trabajo de la abeja es una característica que en conjunción con sus valores culturales fortalece su identidad, ya no es sólo el conocimiento que tenían cuando se desempeñaban en la agricultura, sino que ahora han conjuntado el conocimiento sobre el ciclo de vida de las abejas para recrear su identidad.

En las comunidades es muy importante la religión, tanto que al ser una parte de su cultura influye en el comportamiento de los individuos, en este caso, en sus actividades cotidianas de trabajo. Como se mencionó anteriormente, el grupo familiar de apicultores profesa el cristianismo (evangelismo), el cual tiene una fuerte influencia en el trabajo que realizan, ha sido esta característica lo que le ha permitido trabajar en armonía, sin envidias y tener relaciones estrechas de apoyo y cooperación entre quienes conforman la empresa. El trabajo es inculcado a los más pequeños de la familia y tiene prioridad sobre la educación escolar.

En palabras de Don Moisés hace referencia a lo que la biblia menciona y que según él, ha sido una guía para poder realizar el trabajo dentro de la mielera:

“En la biblia te da cierto modelo de vida que tienes que seguir te dice “no seas altanero” no seas prepotente, cuida tu lengua de cómo vas a hablar, (...) cómo debe ser el hombre, no debe ser altanero, no debe ser borracho... y te va bien, de acuerdo a la biblia, Dios dice que todos los días de tu vida hay que trabajar”.

Esta es una razón de peso por la que el grupo familiar dedica mucho tiempo al trabajo, *“la vida religiosa ha sido una gran orientación para el trabajo del grupo, profesamos la misma fe”*, el grupo familiar está convencido que si no siguieran con esa premisa no llegarían a lo que son ahora como empresa.

Los días laborados son los días en que los evangélicos consideran como días de trabajo, en la empresa apícola se trabaja de domingo a viernes con una horario de 8 am a 7 pm., aunque el horario varía dependiendo de la labor que se realice, si es el trabajo de visitar las comunidades y recolectar los marcos con miel, el trabajo

empieza desde las 5:00 de la mañana hasta las 12:00 de la noche, que es la hora en que regresan a sus casas.

3.5 Situación actual de Miel Tierra Grande

Actualmente la empresa familiar cuenta con la certificación en Buenas prácticas de Producción, así como en Buenas prácticas de manejo y envasado de miel y la Certificación del criadero de abejas, con ese último ya no sólo crían para su propio uso sino que venden abejas reina, abejas y núcleos²⁴, así como cajones para las colmenas al público en general. Estas certificaciones les permitirán hacer negocios con cadenas de distribución más grandes y también les permitirá exportar su miel con su propia marca.

Después de haber invertido en su producto estrella que es la miel, desde dos años hacia acá han estado trabajando en la producción a gran escala de polen con fines de exportación a través de un intermediario que se encuentra en el estado de Querétaro. Convirtiéndose en el segundo producto que más ganancias les genera.

En el mismo ramo de la apicultura, incursionaron en la venta de equipo para el manejo de las abejas, como guantes, ahumadores, velos, trajes, entre otros., aunque no son productores de estos materiales, ellos los ponen al alcance de sus clientes.

²⁴ Los núcleos consisten en una pequeña familia de abejas que puede estar formado por 4 o 5 marcos

Conclusiones

En la actualidad, la empresa rural es un elemento clave para el desarrollo rural, ya que genera valor económico pero también enriquece el territorio tanto cultural como socialmente. Aunque muchos autores sugieren que la competitividad está en el capital económico y tecnológico de la empresa, esta investigación plantea la pregunta: ¿influyen los aspectos socioculturales (cultura, identidad, saberes, relación familiar) para que la empresa rural sea competitiva?

Para responder a la pregunta se hace una relación entre identidad cultural, organización productiva y competitividad para generar desarrollo rural. En el caso de la localidad de Hueytlalpan, hay un acercamiento con el espacio urbano, aspecto que ha influido en la adopción de nuevas formas de construir desarrollo, influenciadas por la lógica de mercado, pero sin dejar de lado el trabajo en la agricultura y ganadería, que son actividades básicas de la región.

En la empresa apícola Miel Tierra Grande, su composición es familiar, tienen una misma identidad y cultura que los ha orillado a trabajar sin problemas. La relación familiar que tienen les ha ayudado a alcanzar la posición en la que actualmente se encuentran, la sociedad de apicultores está constituida meramente por hermanos y la relación que tienen entre ellos mantiene características propias de las familias rurales, en donde se destacan valores como la solidaridad, cooperación, comunicación y respeto lo que les ha beneficiado porque cuando han estado en apuros y alguno de los hermanos no puede invertir lo que le corresponde, otro más lo hace, ofreciéndole ese apoyo porque sabe que se lo repondrá cuando pueda.

Otro de los aspectos que se observaron fue que la toma de decisiones está guiada por una doctrina conductual de tipo religioso. En este caso, de la religión evangélica, la cual señala entre sus premisas principales el valor al trabajo, incluso por encima de la educación escolarizada, el sacrificio, el ahorro y la relación familiar armoniosa.

Estas características de tipo cultural son las que guían su toma de decisiones porque el trabajo tiene una connotación cultural cuando lo relacionan, en este caso, como un tributo a un ser superior. No se sugiere que los empresarios rurales tienen que ser exclusivamente evangélicos para tener éxito, sino una conducta encauzada a dirigir los esfuerzos en una sola dirección, sea motivada por la religión o por alguna otra causa.

Otra característica que se identificó y que influye en la competitividad de la empresa, es el giro de la empresa, en el caso de la apicultura, esta es una actividad sustentable porque reactiva el entorno natural mientras produce un beneficio económico entre quienes la realizan, y un beneficio social cuando mejora las condiciones de vida de los habitantes locales. Con esta actividad los socios de la apícola no solo venden miel sino que venden un diverso número de productos derivados de ésta.

Los saberes locales provenientes de la relación con el territorio son otra característica que han utilizado en el trabajo de la empresa, sin embargo, se han apoyado del conocimiento sistematizado, al corregir procesos, adoptar tecnologías y técnicas en sus labores, etc., construyendo así un conocimiento nuevo adaptado a sus intereses como colectivo.

También se identificó que, aunque no posean estudios previos para convertirse en empresarios, se observó que sobre la marcha han aprendido a serlo, porque han implementado estrategias de organización en la toma de decisiones para volverse autosuficientes, lo que los ha llevado a posicionarlos como una empresa importante en la región.

Fuentes de consulta

- Guerrero Cultural Siglo XXI, A. C. (2012). *Enciclopedia de Guerrero*. Recuperado el 26 de Enero de 2017, de <http://www.encyclopediagro.org/index.php/indices/indice-de-municipios/1088-martir-de-cuilapan?showall=&start=1>
- Barabas, A. (2003). *Diálogos con el territorio. Simbolizaciones sobre el espacio en las culturas indígenas de Mexico*. México, D.F.: INAH.
- Barrera Bassols, N. (2015). Saberes locales y geo-metrías del paisaje: un giro interdisciplinario desde la alteridad. En U. A. Querétaro (Ed.), *Las geometrías de la desigualdad. Modernidad, globalidad y poder* (págs. 173-233). Querétaro: Editorial Universitaria.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. Richardson, *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Westport: Greenwood.
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. *Provincia*(8), 53-76.
- Castro, A. (2012). Familias rurales y sus procesos de transformación: Estudios de casos en un escenario de ruralidad en tensión. *Psicoperspectivas*.
- Ceña, F. (1993). El desarrollo rural en sentido amplio. En E. Ramos Real, & P. Caldentey del Pozo, *El desarrollo rural andaluz a las puertas del siglo XXI* (págs. 25-40). Sevilla: Consejería de Agricultura y Pesca.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, págs. 95-120.
- CONEVAL. (2016). Obtenido de http://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza_2016.aspx
- Cordero-Salas, P., Chavarría, H., Echeverri, R., & Sepúlveda, S. (2003). *Territorios rurales, competitividad y desarrollo*. Serie de cuadernos técnicos.
- Coulert, C., & Pecqueur, B. (1994). Districts industriels, systemes productifs, localisés et développement. *Nouveaux Dynamismes Industriels et Economie du Développement* (págs. 23-32). Grenoble: IREP.
- Dematteis, G., & Governa, F. (2005). Territorio y territorialidad en el desarrollo local. La contribución del modelo SLOT. *Boletín de la A.G.E.*, 31-58.

- Durston, J. (2002). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Díadas, equipos, puentes y escaleras*. Santiago, Chile: Naciones Unidas. Cepal.
- Echeverri Perico, R. (2007). *Economía y Competitividad del Territorio Rural*.
- Echeverría, B. (2006). *Vuelta de siglo*. Ciudad de México: Era.
- FAO, FIDE, OIT. (2007). Los ADRS y... las empresas rurales. *Agricultura y Desarrollo Rural Sostenibles (ADRS) Sumario de Política*, 1-4.
- Farrington, J., & Martin, A. (1988). *Farmer Participation in Agricultural Research: A Review of Concepts and Practices*. Londres: Overseas Development Institute.
- Fernández Sánchez, E., Montes Peon, J., & Vázquez Ordás, C. (2012). *La competitividad de la empresa. Un enfoque basado en la teoría de recursos*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Giddens, A. (2000). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giménez, G. (Diciembre de 1996). Territorio y Cultura. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, II(4), 9-30.
- Giménez, G. (2000). Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural. México, D.F.
- Giménez, G. (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. (págs. 1-27). Ciudad de Mexico: CONACULTA.
- Giménez, G. (2005). Territorio, paisaje y apego socio-territorial. En V. autores, *Antología sobre culturas populares e indígenas* (págs. 316-329). México: CONACULTA.
- Gómez, S. (2003). *Una nueva ruralidad. ¿Qué tan nueva?* Universidad Austral de Chile, Facultad de Filosofía y Humanidades.
- Grenier, L. (1998). *Working with Indigenous Knowledge: A Guide for Researchers*. Ottawa: IDRC.
- Guerra, C. (1997). Hacia una sociología del sujeto: democracia y sociedad civil. En E. León, & H. Zemelman, *Subjetividad: umbrales del pensamiento social* (págs. 107-136). México: Anthropos.
- INEGI. (2010). *Instituto Nacional de Geografía y Estadística*. Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/>

- Montañéz, G. (2001). Razón y Pasión del Espacio y el Territorio. En U. N. Colombia, *Espacio y territorio. Razón pasión e imaginarios* (págs. 15-32). Bogotá, Colombia: Unibiblios.
- Mora Delgado, J. (2008). Persistencia, conocimiento local y estrategias de vida en sociedades campesinas. *Revista de Estudios Sociales*(29), 122 -133.
- Mozas Moral, A., & Bernal Jurado, E. (2006). Desarrollo territorial y economía social. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 125-140.
- Nieves Guevara, M. (2005). *Tesis: El lenguaje de las flores: identidad cultural y organización entre los floricultores de Texcoco, Estado de México*. México.
- Parra Escobar, E. (2000). *El impacto de la empresa rural en la economía Latinoamericana*. Obtenido de Flacso Andes: http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1245340701.EL_IMPACTO_DE_LA_MICROEMPRESA_RURAL.pdf
- Pérez, E. (2001). Repensando el desarrollo rural. En N. Giarracca, *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* (págs. 17-30). Buenos Aires: CLACSO.
- Raffestin, C. (1999). Paysages construits et territorialité. *Disegnare paesaggi costruiti*. Politécnico de Torino.
- SAGARPA. (2006). La empresa rural y las redes empresariales. México.
- SAGARPA. (Agosto de 2013). *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/hidalgo/articulos/darle-un-valor-agregado-a-la-produccion-de-miel-es-el-reto-de-la-apicultura-en-el-pais?idiom=es>
- SAGARPA. (Junio de 2015). *Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/que-es-la-apicultura>
- Santos, M. (1996). *Metamorfosis del espacio habitado*. Barcelona: Oikos-Tau.
- Schneider, S., & Peyré, I. (2006). Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales. *Desarrollo Rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio*, 71-102.
- Secretaría de Cultura del Estado de Guerrero. (15 de Diciembre de 1992). Apango. *Periodico Así somos... Edición especial 1991-1995*(30).

- SEDESOL. (2013). *Catálogo de localidades*. Obtenido de <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/LocdeMun.aspx?tipo=clave&campo=loc&ent=12&mun=042>
- SEDESOL, CONEVAL. (2010). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social. Mártir de Cuilapan*. Ciudad de México.
- SIAP. (2016). *Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera*. Obtenido de http://infosiap.siap.gob.mx/anpeuario_siapx_gobmx/indexnal.jsp
- Solleiro, J., & Castañón, R. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. *Temas de Iberoamérica. Globalización, ciencia y tecnología*, 165-197.
- Spicer, E. H. (Noviembre de 1971). Persistent cultural systems. *Science*, 174(4011), 795-800.
- Thompson, J. (1991). La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. *Estudios de comunicación y política*, 183-240.
- Tomlinson, J. (2001). *Globalización y cultura*. Oxford University Press.
- Universidad de la Punta. (2012). *Contenidos digitales*. Obtenido de Concepto de Región: <http://contenidosdigitales.ulp.edu.ar/>
- Villoro, L. (1998). *Estado plural, pluralidad de culturas*. Ciudad de México: Paidós.
- Walters Pacheco, K., Cintrón Bou, F., & Serrano - García, I. (2006). Familia Reconstituida. El significado de 'familia' en la familia reconstituida. *Psicología Iberoamericana*, 16-27.
- Weber, M. (1994). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. (J. Chávez Martínez, Trad.) Ciudad de México: Ediciones Coyoacán.