

Kilitik Kua: Comercializadora de productos orgánicos y artesanales



Clave de Registro: CIN2016A30120

Instituto Thomas Jefferson Campus Santa Mónica

Maria Paula Jiménez Rosas

Liliana Guadalupe Parres Galindo

Lea Selvi González

Asesores:

Delia Amparo Lastra Hiort

Carolina Jiménez Lozano

Área: Ciencias sociales

Disciplina: Geografía Humana y económica

Tipo de Investigación: Experimental

México, 2016

Resumen:

Kilitik Kua¹: Este proyecto es acerca de la problemática que presenta la población de las Áreas Naturales Protegidos (ANP) en México, cuando la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) limita la explotación de los recursos en estas zonas. Por eso los productores de las ANP se ven obligados a buscar otras opciones para el desarrollo de su economía. Algunas de las alternativas que han encontrado estas comunidades es la elaboración de productos artesanales, sin embargo muchas veces tienen problemas con la distribución. El Instituto Thomas Jefferson ha tomado la decisión de respaldar, a los productores y artesanos de ANP a través del desarrollo de una comercializadora de productos artesanales y orgánicos, dentro de la escuela. Donde estarán involucrados los alumnos de área III (económico administrativa), para que den seguimiento a la administración, registro financieros y mercadotecnia de los productos, como parte de un proyecto escolar que además de apoyar a los productores, les enseñará a los alumnos de manera práctica a administrar y dirigir un negocio. Padres de familia, alumnos y profesores podrán ir a la comercializadora que se encuentra ubicada en el interior del instituto y adquirir los productos.

Kilitik Kua: This project is about the issues that is presented to the people of Protected National Areas (PNA) in Mexico, areas where the National Commission of Natural Protected Areas (CONANP) limits the exploitation of resources. So the producers of the ANP are forced to seek other options for the development of their economy. Some of the alternatives they have found is to develop craft/handmade products. Once they have their products, they often have problems with the distribution. Thomas Jefferson Institute has decided to support, producers and artisans of PNA through the development of a trading house for artisanal and organic products inside school. Students from area III (economy administrative) will be involved, to follow up on the administration, registration and marketing financial products, also as part of a school project. In addition to supporting producers, this will help the students to practice, manage and run a business. Parents, students and teachers can go buy all products at the trading house, which is located inside the institute.

¹ Kilitik Kua: Comer verde (Náhuatl)

Introducción

México es un país que cuenta con 177 Áreas Naturales Protegidas(ANP) según La Comisión Nacional de ANP que representa más de 25,628,239 hectáreas y apoya 369 Áreas Destinadas Voluntariamente a la Conservación.

Cuando un territorio es declarado como ANP, la población de esta comunidad no puede explotar los recursos naturales; por lo tanto tienen que encontrar otras alternativas para la producción de bienes.

Para apoyar el desarrollo económico de este sector y los pequeños productores de estas comunidades, se creará una comercializadora, de dichos productos la cual facilitará la adquisición de estos bienes por una comunidad urbana.

Hipótesis o Conjeturas

La creación de una comercializadora de productos orgánicos y artesanales podrá ayudar a los pequeños productores de dichas áreas naturales protegidas a obtener bienes económicos de sus productos.

Objetivo general:

Crear una comercializadora de productos artesanales y orgánicos para el beneficio de las comunidades que se encuentran dentro de las áreas naturales protegidas como una alternativa viable para su desarrollo económico.

Objetivos específicos:

- Realizar una feria de productos artesanales para dar a conocer los productos a la comunidad del Instituto Thomas Jefferson
- Determinar los productos a vender después de realizar un estudio de mercado
- Desarrollar un programa para el funcionamiento de la comercializadora

Justificación y sustento teórico

En nuestro país existen un gran número de pequeños productores artesanales que no cuentan con espacios ni vías de transporte adecuadas para la comercialización de sus productos, ya que sus comunidades se encuentran en áreas naturales protegidas.

Por lo tanto esta investigación pretende promover el consumo de productos naturales y orgánicos siendo intermediarios para manejar un precio justo y de esta manera contribuir con el desarrollo económico de estas comunidades.

Metodología

- Revisión bibliográfica para delimitar el tema; Áreas Naturales Protegidas de México y su desarrollo económico.
- Investigación de dichas áreas para reconocer las más cercanas a nuestra comunidad y contactar a los pequeños productores de las zonas.
- Se realizó una feria con los productos orgánicos y artesanales a la que asistieron los productores contactados para dar a conocer su mercancía en nuestra institución.
- Se hizo una encuesta como investigación de mercado para conocer qué productos serán los de mayor demanda
- Posteriormente se desarrollaron gráficas y estadísticas para determinar la planeación y el programa de ventas.

I.- Áreas naturales protegidas en México.

1.1 Antecedentes

El territorio mexicano está compuesto por una amplia y vasta diversidad biológica, desde los tipos de terreno; como humedales, desierto, selva, manglares, etc, hasta la diversidad en fauna, de una sola región, por ejemplo el territorio de Calakmul, que cuenta con más de 350 especies registradas de aves y alrededor de 86 de mamíferos, entre ellos el jaguar y muchos otros animales en peligro de extinción.

Las ANP son zonas designadas para la conservación de la flora y/o fauna de dicha zona. Es una forma de proteger estos ambientes de la inminente expansión de poblaciones y otras amenazas relacionadas con actividades humanas². México cuenta con diferentes tipos de ANP, entre ellas: federales, estatales, municipales, ejidales, privadas y comunitarias. Todas las existentes se encuentran protegidas por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), entre las más

² Programa de Trabajo sobre Áreas Protegidas, Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica <https://www.cbd.int/doc/publications/pa-text-es.pdf>

conocidas están: el Parque Nacional Desierto de los Leones y la Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca. Aunque existen muchas más, que no están abiertas para que el público visite con fines turísticos.

Para que un territorio sea declarado ANP debe ser por decreto presidencial y además de que tienen que cumplir con la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente. Todas las ANP que cumplan con las restricciones de protección y conservación del territorio, son tomadas en cuenta. Estas restricciones son para desarrollar programas de manejo, dentro de las áreas, que ayuden a restaurar y desarrollar sustentablemente el territorio.

Las áreas deben contar con algunas características representativas para considerarse dentro del criterio de ANP. En primer lugar que tengan riqueza de especies y endemismo, por otra parte que tenga especies en peligro de extinción. Finalmente que la preservación del ambiente sea viable socialmente para la población que rodea la zona.

Como se mencionó previamente las ANP se dividen en niveles; nacional, comunitario, federal, etc.

Las áreas federales son las de mayor importancia, ya que son las más abundantes, representan al menos a 61 de las 176 áreas protegidas, que es casi el 13% de la superficie total del país. La CONANP las divide en seis; reservas de la biosfera, parques nacionales, monumentos naturales, áreas de conservación de recursos naturales, áreas de conservación de flora y fauna, y los santuarios naturales.

Las 61 ANP federales, registradas en el Diario Oficial de la Federación, 34 son reservas de la biosfera, 15 parques nacionales, 10 áreas de protección a la fauna y flora, 1 monumento natural y 1 Santuario.

Todas las áreas establecidas están conformadas por disposiciones dictadas por la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA) y deben cumplir las regulaciones y restricciones del SINAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas), para el desarrollo sustentable y la conservación de la biodiversidad mexicana, que siempre ha representado al país.

1.2 Explotación de recursos en ANP

Dentro de estas áreas las poblaciones no pueden explotar los recursos naturales con los que cuentan de la manera que acostumbran. Cuando un área se proclama protegida la población de dicho territorio únicamente pueden realizar el aprovechamiento no extractivo. A pesar de que se establece bajo la LGEEPA que el área debe presentar la característica de la viabilidad social para su preservación.

Este llamado “Aprovechamiento no extractivo” se refiere a la manera en la que se deben utilizar los recursos de las áreas. Se divide principalmente en tres manifiestos fundamentales. El primero son las regulaciones del manejo forestal, determinando que las actividades de silvicultura están permitidas únicamente si no propician la sustitución, modificación o extinción de las semillas forestales. El segundo establece que el aprovechamiento de la vida silvestre puede ser extractivo solamente cuando la situación sea de autoconsumo, para la población, y que no comprometa la supervivencia de, la ya mencionada, vida silvestre. El tercero permite a las poblaciones realizar turismo dentro del área protegida, siempre y cuando el turismo sea de modalidad sustentable y este bajo rigurosa reglamentación.

Estos tres manifiestos implican que las poblaciones de los territorios protegidos deben contar con el conocimiento suficiente de la flora y fauna de la región para explotarlos bajo estos criterios.³

1.3 Problemática que presentan las ANP

Cuando es declarada una ANP, el gobierno restringe la explotación de los recursos naturales, que muchas veces representa la principal fuente de ingresos de la comunidad. Por lo que ellos tienen que buscar alternativas de producción, como son las artesanías. Desgraciadamente la mayoría de estas regiones se ubican en zonas marginadas y pocas veces la población tiene la educación necesaria para crear proyectos alternos para la explotación de sus recursos. También se presenta la cuestión que aunque tuvieran la educación o la guía necesaria, para llevar a cabo

³ Colmenero, Del Carmen L., Problemática sociocultural de las áreas naturales protegidas es México.

estos proyectos, son pocos los casos en los cuales cuentan con el capital necesario para ponerlos en marcha.

Sin embargo, hay comunidades que han podido desarrollar productos de una excelente calidad, pero enfrentan el problema de la comercialización, ya que estas regiones están alejadas de las zonas urbanas. Debido a la problemática planteada con anterioridad, propuso en apoyo a estos productores la creación de una comercializadora dentro del Instituto Thomas Jefferson, que también contribuiría con una alimentación más sana para nuestra comunidad.

II. Planeación de una comercializadora

2.1 Identificar pasos a seguir para la planeación de una comercializadora

Descripción: Comercializadora de productos orgánicos artesanales de pequeños productores y ANP. Nuestra misión y visión es:

- Misión:

Nuestra comercializadora tiene como misión ser una organización de mejora constante; apoyando a pequeños comerciantes a vender sus productos de tipo artesanal, contando siempre con productos de alta calidad para la satisfacción total del consumidor.

Facilitar a la comunidad de padres de familia del Instituto Thomas Jefferson el acceso a alimentos naturistas que benefician la salud de las familias.

- Visión:

Ayudar al pequeño comerciante y a las ANP a desarrollar su negocio, a través de un proyecto escolar que cuenta con productos orgánicos, siendo un intermediario que facilite el acceso a la comunidad del Instituto Thomas Jefferson con precios razonables.

Desarrollar un mercado hacia el interior de la escuela que permita ser una opción saludable para los padres de familia.

Posicionamiento: Servicio prestado a las familias del Instituto Thomas Jefferson con la intención de hacer conciencia sobre la importancia de comer sanamente. Por lo que el mercado a desarrollar es principalmente interno.

Competencia: Productos colocados en grandes tiendas de autoservicio, pequeños productores locales, tiendas naturistas en centros comerciales.

Sin embargo se están buscando productos de Áreas protegidas que son de difícil acceso a los grandes mercados.

Costo de producción y desarrollo: Se realizó una feria artesanal para desarrollar productos y costos y tomar decisiones sobre cuáles y cuantos productos introducir a la comercializadora.

Se amplió un pequeño local comercial dentro de la escuela que nos permite tener un lugar de trabajo para la exhibición y venta de los productos.



Imagen I. Avances de la construcción del local de la comercializadora dentro del ITJ.

El proveedor de la miel de Calakmul nos facilitó 155 frascos de miel orgánica y 29 de Melipoma medicinal permitiéndonos venderlos a consignación.

Marketing: Se desarrollará una página web que permitirá dar a conocer nuestro catálogo de productos a la comunidad del Instituto Thomas Jefferson y se darán a conocer los horarios de atención que se mencionan posteriormente.

Definición inicial de precios: Considerando los productos más vendidos durante la feria se habló con los comerciantes y se les preguntó el costo de producto y cual sería un precio competitivo para el mercado.

2.1.1 Tianguis artesanal

Se organizó un tianguis invitando pequeños productores artesanales de las ANP para que presentaran sus distintos productos a la comunidad del Instituto Thomas Jefferson.

Los productos presentados fueron: Vasija en gres, repisas y percheros, vidrio estirado, pintura de galería, arte decorativo, mermelada artesanal, muñecas, artesanías, juguetes, joyería, mazapán, bordados, mole artesanal, fruta rellena de helado, dulce cristalizado, chocolate maya y miel artesanal y medicinal.

2.1.3 Selección de productos

Se hizo una selección de productos realizando un cuestionario a los padres de familia del Instituto Thomas Jefferson y así se determinaron los productos ideales para vender a la comunidad ITJ por medio de la comercializadora.

El cuestionario fue el siguiente:

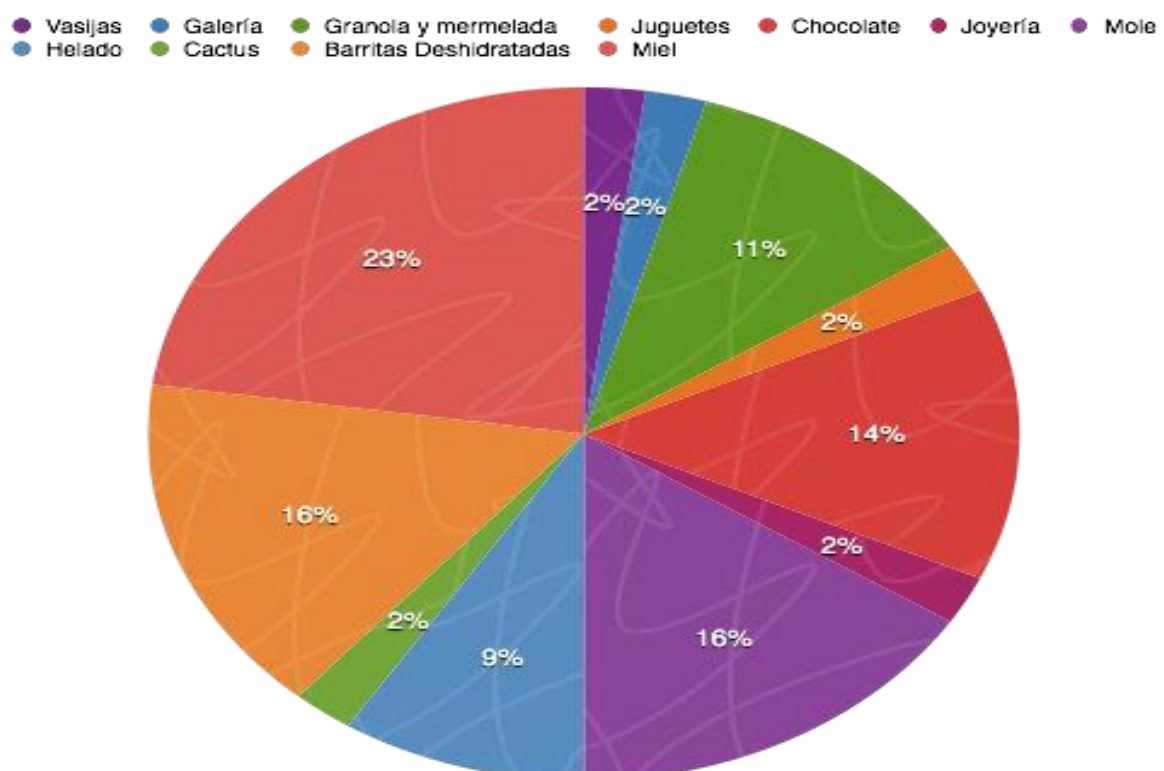
¿Qué producto Artesanal le gustó más?

¿Cuáles productos compró?

¿Cómo le parecieron los precios?

¿Volvería a comprar los productos dentro del Instituto Thomas Jefferson?

De acuerdo a los productos comprados realizamos una gráfica.



2.3 Matriz FODA

Fortalezas

Seremos intermediarios entre los pequeños artesanos y nuestra comunidad escolar. También fomentaremos una mejor alimentación con los productos orgánicos para la comunidad.

Oportunidades

Tenemos la oportunidad de apoyar a personas con pequeñas empresas artesanales que están invirtiendo su capital personal. Somos los únicos realizando este tipo de comercio en la zona, lo que nos favorece para una buena venta. Considerando que las tiendas autoservicio exigen demasiado requisitos para ser proveedores de ellas, eso nos permite ser un mercado donde coloquen sus productos

Los precios de los productos podrían llegar a ser altos, debido a que todos son artesanales, hechos a mano y obtenidos de áreas naturales protegidas.

Contamos con productos que son vendidos en tiendas de conveniencia a un precio más económico, ya que ellos pueden hacer una inversión más fuerte al comprar por volumen, lo que mejora significativamente su precio

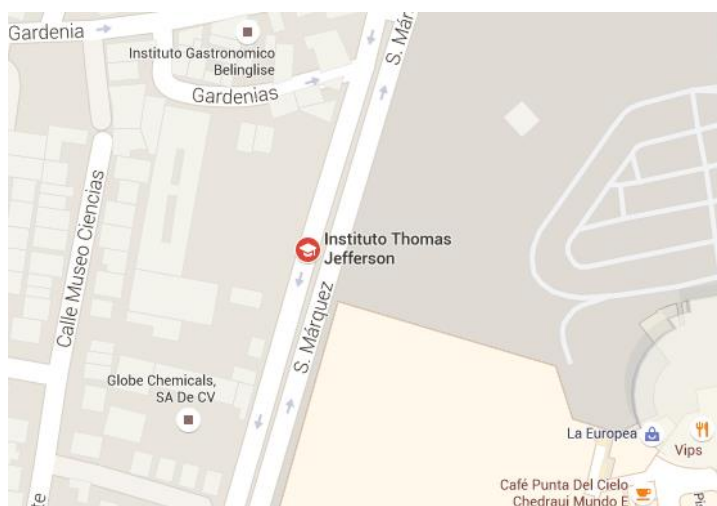
Debilidades

Amenazas

III. Plaza de la comercializadora

3.1 Ubicación

Se planeó la construcción de un pequeño stand ubicado dentro del campus del Instituto Thomas Jefferson Campus Santa Mónica ubicado en Privada de Gardenia No. 5 Ex.Hda. de Sta. Mónica, Tlalnepantla de Baz, Estado de México. C.P.54050.



En el cual se pondrán a la venta los productos de las ANP y pequeños productores para que de esta manera estén al alcance de la comunidad del ITJ.

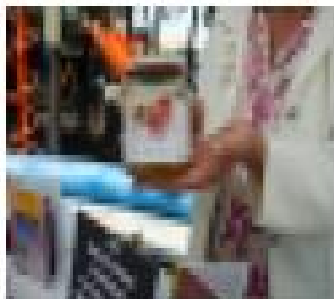
La comercializador será atendida por los alumnos de Área III (Económico-Administrativo) Cumpliendo con uno de los objetivos de la materia de Contabilidad y Gestión Administrativa en la que serán evaluados .

Por otro lado su participación también contará como parte del servicio social de 50 horas obligatorias anuales, las ganancias obtenidas en la comercializadora a parte de beneficiar a los pequeños productores con la venta de sus productos, también se destinarán para fondear proyectos sociales que ya existen en nuestra Institución como “Adopta un amigo monarca”

El establecimiento estará en operación de lunes a viernes en los siguientes horarios: 9:40 a 10:30, 10:30 a 11:10 y de 11:10 a 12:00. Los alumnos (25) estarán organizados en equipos de 6-7 integrantes, los cuales saldrán de dos en dos en cada horario.

3.2 Productos que se venderán en la comercializadora

Producto	Descripción	Foto	Precio
<i>Calakmiel</i>	Miel de abeja ecológica, de la reserva natural Biosfera de Calakmul en Campeche.		\$80
<i>Calakmiel medicinal</i>	Miel de abeja ecológica medicinal, de la reserva natural Biosfera de Calakmul en Campeche.		\$420
<i>Barritas de mango</i>	Barritas de Fruta Deshidratada que equivale a cinco mangos		\$15
<i>Barritas de fresa</i>	Barritas de fruta deshidratada que equivale a diez fresas		\$15

<i>Mermeladas artesanales</i>	Mermeladas hechas artesanalmente con fruta natural		-----
<i>Mole tradicional de Actopan</i>	Mole hecho en Actopan de manzana, almendrado, pera y poblano		\$160 un kilo
<i>Tepoznopal</i>	Nopales orgánicos en escabeche desarrollados en Tepoztlán		\$80
<i>Helados artesanales</i>	Helados hechos con frutas naturales, con pocos conservadores y nutritivos.		\$30

Botanas de amaranto: Quali	Productos de la marca Quali. Charritos de chile y de limón. Chirritas de limón con chile Barritas de amaranto "Tripto" con chocolate y cacahuete. Polvo para hacer malteadas de chocolate, fresa y vainilla Polvo para hacer horchata con y sin azúcar. Atole de Amaranto con chocolate y con canela. Galletas de amaranto con canela, chispas de chocolate, mermelada de fresa, mermelada de piña y naturales. Harina de amaranto integral, amaranto orgánico para hot cakes y para pasteles.		Charritos con chile y con limón \$55 Chirritas \$90 Barritas "tripto" con chocolate y cacahuete \$50
-----------------------------------	---	---	---

IV. Resultados

4.1 Permanencia de la comercializadora

A lo largo de este documento hemos establecido los antecedentes, la necesidad o problemática de los productores artesanales y la planeación de la comercializadora Kilitik Kua, para los siguientes puntos:

- 1) Permitir o propiciar el desarrollo económico de pequeños artesanos.
- 2) Ofrecer una opción saludable a la comunidad del ITJ, fomentando una buena y sana alimentación.
- 3) Permitirá a los alumnos de área III el manejo de un negocio para aprender el proceso administrativo y registro de cuentas y la obtención de información financiera.

V. Conclusiones

La creación de una comercializadora como proyecto escolar, permitirá a los alumnos desarrollar habilidades económicas administrativas de manera práctica, a través del trabajo y el tiempo que invierten en la administración, funcionamiento y contabilidad de esta. Ayudará a los pequeños productores a tener un ingreso económico constante, mediante la venta de los productos anteriormente mencionados.

Bibliografía

- S/a. (14 octubre del 2014). Áreas Naturales Protegidas. Recuperado el 20 octubre 2015, de Dirección de Comunicación y Cultura para la Conservación Sitio web: <http://www.conanp.gob.mx/regionales/>
- s/a. (4 Septiembre 2015). Áreas Protegidas Decretadas. Recuperado el 20 octubre 2015, de Dirección de Evaluación y Seguimiento Sitio web: http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/
- s/a. (2010). Ficha Temática 2. ¿Por qué las Áreas Naturales Protegidas son una solución frente al cambio climático y cuáles son sus ventajas? Recuperado el 20 octubre 2015, de Dirección Encargada de Estrategias de Cambio Climático Sitio web: http://cambioclimatico.conanp.gob.mx/documentos/index/anps_soluciones_frente%20al_cc.pdf
- Colmenero, Del Carmen L., *Problemática sociocultural de las áreas naturales protegidas es México*. Recuperado en Septiembre de 2015, de: <http://tesiuami.uam.mx/revistasuam/iztapalapa/include/getdoc.php?id=541&article=551&mode=pdf>

P. (n.d.). Áreas Naturales protegidas (1st ed., Vol. 1). México. Recuperado el 14 de octubre de 2015.

- *Gómez Aparicio, J., Montealegre Oliver, E. and Bermejo García, F. (2005). Administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa. Madrid: Ediciones Pirámide. Recuperado el 28 de octubre de 2015.*
- *González, Alfredo C. Luna. Proceso Administrativo. 2nd ed. México: Editorial Patria, 2015. Print. Recuperado el 11 de noviembre de 2015.*
- *Ruth Junkin, and Jason Donovan. Organización Empresarial De Pequeños Prodcutores. 1st ed. Litografía E Imprenta Lil, 2005. Print. Recuperado el 18 de noviembre de 2015.*
- *Münch Galindo, L. and García Martínez, J. (1985). Fundamentos de administración. México: Trillas. Recuperado el 2 de diciembre de 2015.*