

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERU
FACULTAD DE SOCIOLOGÍA**



TESIS

**“CAPITAL SOCIAL Y CULTURA
ORGANIZACIONAL EN LOS ARTESANOS
PLATEROS DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO
DE TUNAN 2008-2009”**

PRESENTADO POR:

**BACH. MONICA ANGELINA MEZA VELIZ
BACH. JOSE ANTONIO MARTINEZ CORNEJO**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA.

HUANCAYO - PERÚ

2 010

ASESOR:

Lic. Máximo Gonzalo Hurtado Meza

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por ser mi fortaleza, el dador de vida y sabiduría.

A Daniel por ser mi ayuda Idónea y el amor de mi Vida.

A mis hijos Alba y Danielito quienes cambiaron mi vida llenándola de alegrías siendo mi fuerza de inspiración y superación.

A mis padres quienes me educaron con amor, disciplina, luchando siempre por sacarnos adelante, por darnos la oportunidad de superación y de hoy ser Profesionales.

Mónica A. Meza Veliz

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	01
INTRODUCCION	03

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL AMBITO DE LA INVESTIGACION

I.- CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR DE INVESTIGACIÓN:

1.1.- Etimología	06
1.2.-Historia	06
1.3.- Ubicación	07
1.4.- Características sociales	07
1.5.- Turismo	07
1.6.- Costumbres y Tradiciones	08
1.7.- Recursos Naturales	08
1.8.- La actividad artesanal platera en San Jerónimo	09
Como parte de la identidad cultural y comercial	
1.9.- Breve reseña Histórica de la actividad	09
Artesanal platera en San Jerónimo.	

CAPITULO II

ASPECTOS METODOLOGICOS

2.- ASPECTOS DE LA INVESTIGACION

2.1.- Planteamiento del problema	11
2.2.- Formulación del Problema	13
2.2.1.- Problema General	13
2.2.2.- Problema Específico	13
2.3.- Objetivos	13
2.3.1.- General	13
2.3.2.- Específicos	13
2.4.- Hipótesis	14
2.4.1.- General	14
2.4.2.- Específicos	14
2.5.- Variables e indicadores	15
2.6.- Justificación	16
2.7.- Metodología de la Investigación	16
2.7.1.- Método	17
2.7.2.- Tipo de Investigación	17
2.7.3.- Enfoque de Investigación	17
2.7.4.- Diseño Metodológico	17
2.8.- Población y Muestra	18
2.9.- Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	18
2.10.- Técnicas de procesamiento y análisis de datos	19

CAPITULO III
MARCO TEORICO

3.1.- FUNDAMENTACION TEORICA

3.1.1.-Sobre capital Social	20
3.1.1.1.- Antecedentes	20
3.1.1.2.- Principales planteamientos	23
3.1.1.3.- Características del Capital Social	28
3.1.2.- Sobre Cultura Organizacional	31
3.1.2.1.- Antecedentes	31
3.1.2.2.- Principales Planteamientos	33
3.1.2.3.- Proceso de construcción de Cultura Organizacional	38

3.2.- MARCO CONCEPTUAL 41

3.2.1 Capital	41
3.2.2 Capital Social	41
3.2.3 Organización	41
3.2.4 Poder	41
3.2.5 Proceso	41
3.2.6 Cultura	41
3.2.7 Cultura Organizacional	42

CAPITULO IV

ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

4.1.- CAPITAL SOCIAL: CARACTERISTICAS QUE ASUMEN EN LOS PRODUCTORES ARTESANOS PLATEROS	43
4.1.1.- Lo individual en el capital social	45
4.1.2.- Lo colectivo en la formación de Capital Social	65
4.1.3.- Factores que limitan al capital social en la Asociación de artesanos plateros	114
4.2.- FACTORES PARA LA FORMACION DE CULTURA ORGANIZACIONAL	124
4.2.1.- Autogestión y autosuficiencia	124
4.2.2.- Resolución de conflictos	133
4.2.3.- Democratización organizacional	135
4.3.- DISCUSION DE RESULTADOS	140
4.3.1.- La Asociación de productores artesanos plateros en San Jerónimo: su importancia en la formación de Capital Social	140

4.3.2.- Construcción de una cultura organizacional en los Artesanos plateros	143
4.3.3. Influencia del capital social en la construcción de la cultura organizacional de la asociación de Productores artesanos plateros en San Jerónimo.	144
5.- CONCLUSIONES	142
6.- SUGERENCIAS	143
7.- BIBLIOGRAFÍA	144
8.- ANEXOS	147

RESÚMEN

La tesis “Capital Social y Cultura Organizacional en los Artesanos Plateros del distrito de San Jerónimo de Tunan 2008-2009”, tiene como objetivo explicar la influencia del capital social (es decir, los vínculos de confianza, solidaridad y cooperación que mantienen los artesanos plateros en sus relaciones cotidianas personales y colectivas), en el proceso de generación de una cultura organizacional muy particular que permite generar en los artesanos plateros características propias de la modernidad, dejando de lado, aspectos de lo tradicional en términos de cultura, en función a su labor cotidiana de producción.

Considerando como el Problema general ¿Cómo influye el capital social que poseen los productores artesanos plateros en el proceso de construcción de su cultura organizacional, en el Distrito de san Jerónimo de Tunan en el periodo 2008-2009? y los problemas específicos se plantean las interrogantes siguientes ¿De qué manera se manifiesta el capital social de los productores artesanos plateros del Distrito de San Jerónimo de Tunan?, y ¿Cómo se caracteriza la cultura organizacional en los productores artesanos plateros en el Distrito de San Jerónimo de Tunan? A si mismo se plantea el objetivo general el cual manifiesta, Explicar cómo influye el capital social en la construcción de una cultura organizacional particular en los productores artesanos en platería en el Distrito de San Jerónimo de Tunan,

En tal sentido con respecto a los problemas y objetivos expuestos en el estudio de investigación se plantea una hipótesis general que manifiesta que: El fortalecimiento del capital Social influye en la cultura organizacional que van construyendo los artesanos plateros en el distrito de San Jerónimo de Tunan y promoviendo en ellos un cambio de actitudes y mentalidades. Y las hipótesis específicas que son: El capital social de los productores artesanos plateros de San Jerónimo se manifiesta porque se entablan redes sociales cargadas de valores modernos y tradicionales,

Habiendo descrito los problemas, objetivos y las hipótesis planteadas en el estudio de investigación, los alumnos llegaron a la siguiente conclusión: La Asociación de artesanos plateros como organización, empieza a ganar importancia social en el entorno del artesano platero, cuando adquiere tres capacidades fundamentales: la gestión, la decisión y el control. Capacidades que la dotan de un fortalecimiento organizacional, que le permite ascender de un estado de marginación hacia un estado donde empieza a ganar protagonismo.

INTRODUCCIÓN

Las actividades artesanales plateras han ido cambiando desde hace 10 años, esta se caracterizaba por que la población que la asumía vivía en condiciones de pobreza y pobreza extrema. Hoy, con un nuevo semblante, nos muestra a una población que tiene mejores condiciones de vida (con el acceso a servicios básicos como educación, salud, vivienda, etc.), este hecho no solo es por la importancia de la actividad artesanal platera, sino también por la dinámica social y económica de la zona.

Este progreso sin embargo, no se debe precisamente a una intervención oportuna del gobierno central, regional o municipal, por el contrario, al encontrarse esta población marginada de los sistemas formales, empieza a desarrollar habilidades para trabajar junta, organizarse y movilizar recursos con la finalidad de resolver sus problemas cotidianos.

Es aquí donde se reconoce al capital social y a una cultura organizacional muy particular en los artesanos plateros, pues ellos, ante la exclusión y sus necesidades insatisfechas, se ven en la obligación de fortalecer su organización, para lo cual inicialmente conforman la “asociación” de productores, situación que les facilita formalmente, gestionar y acceder a bienes públicos y servicios básicos. A partir de entonces la organización logra desarrollar capacidades internas importantes, como lo son la toma de decisiones democráticas, la vigilancia permanente en el cumplimiento de estas decisiones, el funcionamiento transparente de la organización y la administración autónoma de sus recursos. Capacidades que le han permitido a la actividad artesanal platera ascender de un estado de escaso poder a otro de mayor protagonismo.

Es importante señalar el rol de la familia, en su tradición, como ha ido redefiniendo la cultura organizacional de los artesanos plateros, reconfigurando el capital social, dándole una forma mas dinámica con características empresariales y de acceso a diversos mercados, por lo tanto, la organización cambia en función a intereses, gracias a que adquiere capacidades. Claro está entender que se habla de un “proceso” que recién se inicia, que se emprende “ganando poder” desde un primer paso que es el fortalecimiento de la organización, para seguramente a largo plazo

involucrar un empoderamiento más externo (que permita una incidencia de esta organización en la toma de decisiones a niveles locales y regionales).

Pero, ¿Cómo influye el capital social que los productores artesanos plateros han ido construyendo en su desarrollo? ¿De donde proviene este proceso de construcción de una cultura organizacional particular basada en la familia? ¿Qué lo promueve?, la respuesta la hallamos en el capital social.

Los productores artesanos plateros mantienen cotidianamente relaciones de solidaridad y reciprocidad a niveles personales (como intercambio de apoyos y favores entre familiares, amigos, grupos, etc. en situaciones de necesidad). Tales relaciones tienden a extenderse al colectivo porque las personas comparten las mismas necesidades, valores, relaciones, circunstancias, actividades y objetivos. Llevándolos a conformar una organización que desarrolla valores de cooperación y confianza.

Este capital social (como todo capital), es un activo importante que sirve para generar beneficios positivos a quienes lo poseen. Uno de esos beneficios es precisamente es la construcción de una cultura organizacional basada en la tradición de la familia , pues es una organización sólida, que apunta al bienestar colectivo, se encuentra mucho más predispuesta y preparada para fortalecerse y afrontar un contexto crítico, estando más llana a ganar capacidades que le van a otorgar un poder para controlar su propio destino e iniciar una senda de mayor protagonismo, para solucionar y satisfacer sus propias necesidades e intereses.

Con todo lo nombrado, es posible observar que los artesanos plateros, hoy empresarios, cuentan con una lógica organizativa que demuestra, las grandes posibilidades y capacidades que tiene este colectivo local para asumir su propio desarrollo. Situación que la hace imprescindiblemente investigable.

Por tanto, la presente tesis buscará explicar durante el desarrollo de la investigación: ¿Cómo influye el capital social que los productores artesanos plateros han ido construyendo en su desarrollo?

En este sentido, observaremos que se ha utilizado los mejores valores del individuo y de los grupos (cooperación, confianza y solidaridad), para enfrentar y resolver sus problemas comunes (mediante el fortalecimiento de la organización a

través del desarrollo de capacidades), obteniendo beneficios como el acceso a mejores condiciones de vida.

Así, la presente investigación desarrolla 4 capítulos: el primero comprende información muy general sobre la zona y la actividad artesanal platera , el segundo esta referido al diseño metodológico que ha dirigido y estructurado la investigación, el tercero consiste en el marco teórico utilizado con la finalidad de orientar, fundamentar y tener como referencias a investigaciones anteriores para ampliar el contenido de la tesis Y finalmente el cuarto capítulo trata de los resultados obtenidos y las discusiones que de esta se desprenden para consolidar el trabajo.

Los Autores

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL AMBITO DE LA INVESTIGACION

1.- Características del Lugar de Investigación:

1.1.-Etimología

Tunan: rincón o parte del extremo o lugar de las tunas. San Jerónimo: sacerdote católico cuya importante obra fue traducida al latín.

1.2.-Historia

En el siglo XV los conquistadores Incas, dividieron el Valle en tres curacasgos, una de ellas fue Hurin Huanca cuya capital fue Tunán. Durante la conquista española, los huancas al mando del curaca Apo Manco Guagrapaucar, lucharon al lado de sus "libertadores", contra el Imperio Incaico. Concluido definitivamente la conquista del Perú el Rey de España Felipe II otorgó reconocimientos a los huancas por los servicios prestados y a Guagrapaucar un escudo nobiliario y licencia para poseer tierras y ejercer cargos de autoridad (8 de Mayo de 1564).

La fundación española de San Jerónimo de Tunán con el título de "Pueblo de Indios" fue realizada por el Licenciado Juan de Larrunaga Zalazar en 1565, por encargo del gobernador Lope García de Castro, quien mandó fundar muchos pueblos por el valle y otros lugares del Perú. Los misioneros católicos pusieron al distrito el nombre de "San Jerónimo de Tunán" y establecieron su fiesta patronal.

1.3.-Ubicación:

Poblado situado entre las colinas de San Cristóbal, Alahuato y Marcapaccha en cuyas faldas brotan unos manantiales llamados Huando cuto, Huando, Yachi en el barrio de San Seba-tián y Vitas en el barrio de San Blas.

El distrito peruano de San Jerónimo de Tunán es uno de los 28 que conforman la Provincia de Huancayo, ubicada en el Departamento de Junín, perteneciente a la Región Junín. Limita al norte y al oeste con la provincia de Concepción, al este con el distrito de Ingenio y el distrito de Quilcas, y al sur con el distrito de San Pedro de Saño

1.4.- Características Sociales:

San Jerónimo de Tunan, un pueblo de la sierra central, en el corazón del Valle del Mantaro, es una ciudad próspera desarrollando sus actividades mayoritariamente al agro, a la artesanía enfocándose en la transformación de la plata en bellos adornos denominados Filigranas, esculturas y joyería en general. Elaboran aretes, prendedores, anillos, brazaletes, pulseras y otros. Su iglesia, ubicada en la plaza principal, conserva en su interior hermosos altares tallados en madera de los estilos barroco, churrigueresco y romántico.

1.5.-Turismo

Los restos arqueológicos de Uniskh Kuto, se encuentran ubicados en la ladera oeste de la cima del Cerro de Kusi - Patak, dentro de la jurisdicción del paraje de "Pichas", comprensión del legendario barrio de Kollana - Guand, otrora morada de los Urin - Wanka en el distrito de San Jerónimo de Tunán.

1.6.-Costumbres y Tradiciones:

Fiestas

Fiesta Patronal de San Roque	16 AGOSTO
Fiesta Patronal San Jerónimo	30 SETIEMBRE

Folcklore: **La danza de los Avelinos**; tiene su origen ancestral en la infausta Guerra del Pacífico, allá por los años de 1879 a 1883, en la que durante la Campaña de resistencia", muchos hijos de San Jerónimo de Tunán, ofrendaron su vida en defensa de su tierra natal y de la tierra de sus antepasados.

San Jerónimo, distrito de Huancayo, Junín (Perú), es el auténtico pueblo y cuna de los *Avelinos*. Esta danza se presenta todos los años con ocasión de las fiestas tradicionales del 16 de agosto en honor al venerable médico San Roque, la efígie o Wamani más majestuoso que el pueblo erigió al invencible héroe de las cumbres y valles de las tierras terrígenas de los Wankas.

1.7.- Recursos Naturales:

a) **Altitud:**

Situado a 3350 m.s.n.m.

b) **Flora:**

Esta constituida por las plantaciones de eucalipto, retama, aliso, quintales, ichu, tuna, maguey, tumbo, molle, cantuta, anís, níspero, huacatay, muña, guindas, malva, chilca, chinche, cactus, ortiga, papa, alcachofa, maíz, olluco, alfalfa, arbejas, habas, cebolla, ajos, etc.

c) **Fauna:**

Constituida por aves silvestres y animales domésticos.

d) **Factores Climatológicos:**

La temperatura es variable con una mínima de – 2 grados centígrados y una máxima de 23 grados centígrados.

1.8.- La Actividad Artesanal Platera en San Jerónimo como parte de la Identidad Cultural y Comercial:

“ La tierra de San Jerónimo de Tunan , es el ancestro de la platería, que remontándose a tiempos inmemoriales, sabemos qu el primer platero fue un Shinchicoma, llamado Cutush Astucuri, quien se encontraba emparentado con los Limaylla que durante la terminación de los retablos de la Iglesia Matriz ,(1609), es Jerónimo Limaylla, que se desempeñaba para entonces como Gobernador...” (Entrevista a Juan Gonzáles Cangahuala)

1.8.1.- Breve reseña histórica de la actividad artesanal platera en San Jerónimo:

Los antiguos peruanos, así como las culturas tanto de la costa como de la sierra, supieron hacer uso de los diferentes metales, en sus diversas formas de trabajo, sus nombres de estos metales fueron del oro (curi) la plata (collqui) el plomo (titi) el estaño (llampu colqui) la plata dulce (ymactitu chayanyanca), a estos se agregaban una serie de aleaciones como las del bronce con un poco de cantidad de estaño, aleaciones entre el cobre y oro (illimpi)

El arqueólogo e historiador Oscar Fernández de Córdova, nos dice: *“con relación al origen o nacimiento de la metalurgia en el antiguo Perú, aun no se puede determinar donde se halla el centro originario de la industrias de la plata y el oro, en América”*, lo real es que en el primer horizonte de la Pre Historia peruana, esta actividad habría alcanzado un grado considerable de desarrollo y posiblemente sobrepaso los limites del área peruana, el descubrimiento de la aleación de los metales, marca una nueva era en esta actividad, son todavía meras hipótesis las que se han planteado para dilucidar el origen de esta actividad artesanal.

Una de las más importantes es la del pensador Paul Rivet, quien considera que las aleaciones de cobre y el oro deben haberse originado en la altiplanicie de las Guyanas, región aun no suficientemente estudiada, donde vastas poblaciones de indígenas, se dedican a esta actividad desde tiempos inmemoriales, desde esta zona la actividad se habría propagado a Colombia, Perú, centro América y Mexico.

Sin embargo, en el desarrollo y la historia, para la elaboración de los metales o mas concretamente en la llamada orfebrería, es el arte que aun

falta investigarse puesto que se sabe poco y es que en el primer Horizonte, los metales llamados preciosos, como el oro y la plata, así como el cobre, aparecen trabajados por una serie de procedimientos y técnicas, las que reciben una serie de nombres como: amartillado, calado, repujado, y habría que agregarles otros llamados vaciado, estampado, burilados, cincelados, las que hoy se vienen implementando como técnicas modernas en las actividades artesanales de la platería y dentro de ella sobresale la filigrana.

Con la modernización tecnológica en la producción de los trabajos en plata y oro, básicamente en la producción de tipo intensiva, hoy se hacen uso de formas de trabajo como los grabados, bruñidos, blanqueados, repujados y los diamantados, esto básicamente por las exigencias de la moda y del mercado, donde la producción en cantidad así lo exige.

Expertos en filigranas y platería se logran asentar en la zonas de San Jerónimo de Tunan, alla por los años 1920, según el testimonio de don Juan Gonzáles Cangahuala: *“aparecen familias que empezaron a trabajar la filigrana como don Nicodemus Sánchez Tupac Yupanqui y sus hijos Zenón y Jacob, así como también Manuel Sánchez y Edilberto Meza”*

Según don Oscar Veliz Ledesma, un artesano muy informado sobre esta actividad, en el mes de mayo de 1925 llegó a San Jerónimo de Tunan el Sr. Gastón Brion, de nacionalidad canadiense, al taller del artesano Máximo Veliz Pomalaza solicitando sus servicios, como representante de una pequeña empresa importadora de platearía, ante este hecho se formalizó una asociación de productores artesanos

CAPÍTULO II

ASPECTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.- Aspectos de la Investigación:

2.1.- Planteamiento del Problema.

Las actividades de los productores artesanos plateros de hace 8 años, estaba conformada por una población que vivía en condiciones de pobreza y pobreza extrema. Hoy, con un nuevo semblante, nos muestra a una población que tiene mejores condiciones de vida (con el acceso a servicios básicos como educación, salud, vivienda, etc.).

Este progreso sin embargo, no se debe precisamente a una intervención oportuna del gobierno central, regional o municipal, por el contrario, al encontrarse esta población marginada de los sistemas formales, empieza a desarrollar habilidades para trabajar junta, organizarse y movilizar recursos con la finalidad de resolver sus problemas cotidianos colectivamente.

Es aquí donde se reconoce al empoderamiento organizacional, pues los productores artesanos de trabajos en platería, ante la exclusión y sus

necesidades insatisfechas, se ven en la obligación de fortalecer su organización; para lo cual generan dos organizaciones que los representaran, a saber la Asociación de Artesanos en Platería Catalina Wanka y la otra la Asociación de Joyeros y Plateros de San Jerónimo, situación que les facilita formalmente, gestionar mejores precios de sus productos a instituciones públicas y privadas a la vez acceder a bienes públicos y servicios básicos. A partir de entonces la organización logra desarrollar capacidades internas importantes, como lo son la toma de decisiones democráticas, la vigilancia permanente en el cumplimiento de estas decisiones, el funcionamiento transparente de la organización y la administración autónoma de sus recursos. Capacidades que les han permitido a los productores artesanos ascender de un estado de escaso poder a otro de mayor protagonismo.

Por tanto, la organización se empodera, gracias a que adquiere capacidades. Claro está entender que se habla de un “proceso” que recién se inicia, que se emprende “ganando poder” desde un primer paso que es el fortalecimiento de la organización, para seguramente a largo plazo involucrar un empoderamiento más externo (que permita una incidencia de esta organización en la toma de decisiones a niveles locales y regionales).

Pero, ¿De dónde proviene este proceso de construcción de una organizacional? ¿Qué lo promueve?, la respuesta la hallamos en el capital social.

Los artesanos plateros mantienen cotidianamente relaciones de solidaridad y reciprocidad a niveles personales (como intercambio de apoyos y favores entre familiares, amigos, grupos, etc. en situaciones de necesidad). Tales relaciones tienden a extenderse al colectivo porque las personas comparten las mismas necesidades, valores, relaciones, circunstancias, actividades y objetivos. Llevándolos a conformar una organización que desarrolla valores de cooperación y confianza.

Este capital social (como todo capital), es un activo importante que sirve para generar beneficios positivos a quienes lo poseen. Uno de esos beneficios es precisamente el empoderamiento, pues una organización sólida, que apunta al bienestar colectivo, se encuentra mucho más predispuesta y preparada para fortalecerse y afrontar un contexto crítico, estando más llana a ganar

capacidades que le van a otorgar un poder para controlar su propio destino e iniciar una senda de mayor protagonismo, para solucionar y satisfacer sus propias necesidades e intereses.

2.2.- Formulación del Problema.

2.2.1. Problema General

¿Cómo influye el capital social que poseen los productores artesanos plateros en el proceso de construcción de su cultura organizacional, en el Distrito de San Jerónimo de Tunan en el periodo 2008-2009?

2.2.2. Problemas Específicos:

¿De qué manera se manifiesta el capital social de los productores artesanos plateros del Distrito de San Jerónimo de Tunan?

¿Cómo se caracteriza la cultura organizacional en los productores artesanos plateros en el Distrito de San Jerónimo de Tunan?

2.3.- Objetivos:

2.3.1. Objetivo General:

Explicar cómo influye el capital social en la construcción de una cultura organizacional particular en los productores artesanos en platería en el Distrito de San Jerónimo de Tunan.

2.3.2. Objetivos Específicos:

Analizar de que manera el capital social asume importancia en la formación de una cultura organizacional en los productores artesanos en platería en el Distrito de San Jerónimo de Tunan.

Determinar cómo se caracteriza la construcción de la cultura organizacional particular en los productores artesanos de platería en el Distrito de San Jerónimo de Tunan.

2.4. Hipótesis:

2.4.1. Hipótesis General:

El fortalecimiento del capital Social influye en la cultura organizacional que van construyendo los artesanos plateros en el distrito de San Jerónimo de Tunan y promoviendo en ellos un cambio de actitudes y mentalidades.

2.4.2. Hipótesis Específicas:

El capital social de los productores artesanos plateros de San Jerónimo se manifiesta porque se entablan redes sociales cargadas de valores modernos y tradicionales,

El proceso de construcción de la cultura organizacional particular en los productores artesanos plateros en San Jerónimo se caracteriza por el reconocimiento de sus capacidades de decisión, control y gestión; que le dotan de un fortalecimiento interno.

2.5.- Variables e Indicadores:

VARIABLES	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES	SUB INDICADORES
CAPITAL SOCIAL (VI)	REDES SOCIALES	Redes Familiares Redes de Amigos Redes Grupales	-Reciprocidad Familiar -Capital Humano -Interpersonal y organizacional -Sostenibilidad Social
		Acción Colectiva y Cooperación	- Confianza. - Objetivos Organizacionales. - Normas Formales e Informales
	VALORES	V. Tradicionales	- Solidaridad. - Cooperación. - Respeto..
		V. Modernos.	- Inclusión Social y Participación. - Cohesión Social -Liderazgo.
CULTURA ORGANIZACIONAL (VI)	CONTROL Y GESTION	Autogestión y Autosuficiencia	- Reglas y procedimientos. -Roles y responsabilidades. - Asistencia regular a reuniones. - Acciones colectivas para la satisfacción de sus fines. - Personería jurídica. - Sistema de apoyo intragrupal.
	CAPACIDAD DE DECISION	Resolución de conflictos	- Criterios de Solución bajo Normas y principios. - Identificación de Problemas. - Capacidad de análisis.
		Democratización	Selección libre y justa de dirigentes. - Integración de miembros más débiles a la toma de decisiones. - Transparencia en el flujo de información

2.6.- Justificación:

En el distrito de San Jerónimo de Tunan su principal actividad económica transformativa es la Artesanía Platera, la cual es muy importante porque a través de esta se promueve e incrementa el flujo turístico en el distrito, los productores artesanos plateros del distrito de San Jerónimo de Tunan son conocidos por la creatividad, fineza y calidad de sus trabajos, lo que representa un atractivo turístico y una fuente de ingresos económicos muy importantes para el distrito y por ende de la Región Junín.

El motivo del trabajo de investigación radica en la importancia sobre cómo influye el capital social de los artesanos plateros en su cultura organizacional, los espacios de concertación y las relaciones que se estructuran a través de la organización conformada por los artesanos con la finalidad de fortalecer sus vínculos, espacios comerciales y poder abastecer a las exigencias del mercado y sobre todo pensar en la propuesta de exportar sus productos manteniendo esta actividad productiva de forma familiar.

El **Capital Social** es considerado la variable que mide la colaboración social entre los diferentes grupos de un colectivo humano, y el uso individual de las oportunidades surgidas a partir de ello, a partir de tres fuentes principales: la confianza mutua, las normas efectivas y las redes sociales.

El capital social mide, por tanto, la sociabilidad de un conjunto humano y aquellos aspectos que permiten que prospere la colaboración y el uso, por parte de los actores individuales, de las oportunidades que surgen en estas relaciones sociales. Una sociabilidad entendida como la capacidad para realizar trabajo conjunto, la de colaborar y llevar a cabo la acción colectiva.

2.7.- Metodología de la Investigación:

2.7.1.- Método

Es el inductivo – deductivo: Primero, porque ante la realidad, se elabora una hipótesis, que luego mediante un proceso sistemático y

organizado, deberá ser contrastado con la realidad objetiva, para finalmente desprender de esta, conclusiones y discusiones de investigación. Segundo, porque se empleará el muestreo (para obtener los datos de la realidad), para luego generalizar sus resultados en el estudio. Es decir se partirá de lo particular a lo general.

2.7.2.- Tipo de Investigación:

El tipo de investigación es Pura, ya que la investigación realizada busco ampliar y profundizar cada vez mas nuestros saberes de la realidad estudiada concerniente a las variables planteadas como Capital Social y Cultura Organizacional con lo cual nos permitió comprobar nuestras hipótesis planteadas en la investigación.

El nivel de mediación y análisis de información fue el Explicativa pues no solo se pretendió relacionar las variables Capital Social y empoderamiento organizacional; sino explicar el porqué ocurre cada fenómeno, y analizar la causa y efecto en dicho proceso.

2.7.3. – Enfoque de la Investigación:

El Enfoque de investigación es Cualitativa – Cuantitativa ya que en el proceso de la investigación se ha obtenido información mediante la observación directa de la participación de los socios de la asociación de artesanos plateros lo cual nos ah permitido identificar los hechos de la realidad en el proceso de construcción de una cultura organizacional y el sistema de relaciones en la dinámica de su estructura de un capital social establecido, también mediante una recolección gde datos a través de una encuesta estructurada que fue analizada cuantitativamente sobre los planteamientos planteados en la hipótesis del estudio y la relación o asociación de las variables establecidas en nuestra investigación.

2.7.4.- Diseño Metodológico:

Para alcanzar de manera práctica y concreta los objetivos y responder las preguntas de la investigación, se utiliza el diseño no experimental (pues no se manipulará deliberadamente ninguna variable), transversal

(recolectando datos en un solo momento y tiempo), correlacional – causal (relacionando variables y su causalidad).

2.8.- Población y Muestra:

2.8.1.- Población: La población total es de 80 artesanos plateros (mayores de edad); de los cuales el 51.9% son mujeres y el 48.1% varones. Mientras que el 75.3% es joven, solo el 24.7% es adulta.

2.8.2.- Muestra: Para fines del estudio, se utilizará el total de la población de estudio, en función a los socios de la Asociación de Artesanos plateros, quienes hacen un total de 80, entre varones y mujeres, lo cual nos permitirá la obtención de datos necesarios para demostrar las hipótesis de investigación planteadas.

2.8.3.- Unidad de análisis: Son los productores artesanos de la asociación de plateros del distrito de San Jerónimo de Tunan.

Por las características de la Investigación se harán uso de las siguientes Técnicas:

2.9.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos:

a.- Entrevista en Profundidad

En esta técnica se utilizo el instrumento de la Guía de entrevista, para poder determinar como el capital social va generando cultura empresarial en los artesanos plateros y de que manera influye en la construcción de una cultura organizacional.

b.- Observación directa participante:

En esta técnica el instrumento utilizado fue el cuaderno de Campo que nos permitió registrar los siguientes:

-) Las nuevas relaciones personales e interpersonales que forman el capital social en funciona sus intereses individuales y colectivos.

-) El contexto social en que se desenvuelve los artesanos plateros
-) Observar in situ las nuevas formas de organización empresarial en los artesanos plateros.

c. Encuesta:

El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual nos permitió realizar una serie de preguntas relacionadas a las actividades de los productores plateros y como van construyendo un proceso de cambio basado en la cultura organizacional.

TECNICA	INSTRUMENTO	UTILIDAD
ENCUESTA	Cuestionario	Obtener datos sobre el tipo y grado de capital social que identifica a la los productores artesanos plateros, a partir de las expectativas y opiniones de su individualidad y de su trabajo colectivo
OBSERVACION	Cuaderno de Campo	Recolectar información acerca del proceso de construcción de su redes sociales y su cultura organizacional
ENTREVISTA A PROFUNDIDAD	Guía de Entrevista	Para poder percibir la visión individual de lo colectivo e individual sobre el fenómeno a estudiarse.
DATOS SECUNDARIOS	Revisión documentaria	Revisión de documentos, registros y archivos existentes con respecto al tema a investigarse.

2.10.- Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos:

Como el estudio es principalmente de carácter cualitativo y cuantitativo, los datos y/o resultados obtenidos a través del instrumento del cuestionario, fue procesado a través del programa SSPS.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. Fundamentación Teórica

3.1.1. Sobre Capital Social

3.1.1.1. Antecedentes

En la actualidad, la definición completa o única referente al capital social se encuentra todavía en plena discusión, hay una serie de acepciones que son diversas y apuntan a diferentes ámbitos de la vida social. El concepto apunta aspectos tan variados como los contactos que uno posee de manera individual e informal hasta las interrelaciones que se presentan al interior de una organización institucionalizada. El debate, por ende, abarca desde los fundamentos teóricos del concepto en las distintas disciplinas de las ciencias sociales, hasta las cuestiones prácticas relacionadas con su operacionalización y medición.

Aunque la discusión y la utilización de esta teoría es relativamente reciente, las bases y las nociones respecto al capital social no son nuevas, incluso antes de ser citado como concepto, el capital social se inscribe en una tradición sociológica iniciada por Alexis de Tocqueville y su atención al hecho asociativo americano, prolongada por Max Weber y sus

trabajos sobre las sectas religiosas o por los análisis de Émile Durkheim sobre las formas de solidaridad. Tanto Tocqueville, Weber y Durkheim persiguen una misma pregunta que es central en la reflexión sociológica sobre lo que constituye sociedad, ¿Qué hace que un grupo humano actúe en conjunto para ponerse de acuerdo sobre una orientación o un destino común? Es por así decir la pregunta fundadora de las ciencias humanas, que formulan las teorías del capital social.

En 1916 Hanifan, fue el primero en acuñar la teoría del capital social como tal, en base a lo que ya muchos investigadores venían planteando. Hanifan utilizaba esta teoría para explicar la importancia que posee el compromiso comunitario en la satisfacción de las necesidades sociales de los individuos: destacaba que las redes sociales y las normas de reciprocidad podían facilitar la cooperación en beneficio mutuo. A su vez observó que los graves problemas sociales económicos y políticos de las comunidades podían también resolverse reforzando estas redes de solidaridad entre sus ciudadanos¹.

Aunque las descripciones que hizo Hanifan en su estudio sobre el capital social incluían los elementos primordiales que luego irían apareciendo en construcciones futuras, no consiguió despertar el interés académico, por lo que tales ideas estuvieron hibernando durante décadas.

Posteriormente, entre los autores que han contribuido a popularizar el término están Bourdieu (1985), Coleman (1988), Fukuyama (1995), Narayan y Pritchett (1997), Portes (1998), Putnam (1995), Woolcock (1998) y Durston (2000). Sin pretender aquí tratar de manera exhaustiva la historia de teorías del capital social y para tener una idea general de lo que históricamente se ha construido sobre esta, a continuación presentaré un esquema de los principales autores y sus definiciones:

¹ Hanifan en Durston J. “¿Qué es el capital social comunitario?”. Pág 32.

AUTORES	ÉNFASIS EN LA DEFINICIÓN	BENEFICIOS
R. Putnam	Confianza, normas y redes que facilitan la cooperación con beneficios mutuos.	Redes sociales de cooperación que afectan a la productividad de la comunidad.
James Coleman	Aspectos de la estructura social que los actores pueden usar como recursos para alcanzar sus intereses.	Facilita el acceso a recursos.
Francis Fukuyama	Recursos morales y mecanismos culturales.	Sociedad civil saludable y buen funcionamiento institucional.
D. North/ Olson	Relaciones formales e informales, horizontales y jerárquicas institucionalizadas, estructuras de gobierno, el estado de derecho, y las libertades civiles y políticas.	Reduce costos de transacción, produce bienes públicos, organización de base efectiva.
John Durston	Confianza, cooperación y reciprocidad.	Capital social individual (redes egocentradas). Capital social grupal (redes de apoyo en el ámbito productivo y extraproductivo). Capital social comunitario (Institucionalidad local con capacidad de gestión).
P. Bourdieu	Recursos reales o potenciales de una red durable de relaciones sociales.	Permite la movilidad social de agentes en la estructura social. Explícita relaciones desiguales de poder.
Banco Mundial	Capital social de unión. Capital social de puente. Capital social de escalera.	Lazos íntimos y próximos nexos entre personas y grupos similares, pero en distinta ubicación geográfica. Lazos que generan sinergia entre grupos disímiles. Abren oportunidades a grupos vulnerables.

A partir de estos postulados la expresión “capital social” cobra mayor importancia en las distintas disciplinas sociales, cuerpos gubernamentales u organizaciones no lucrativas, insertándola en sus estudios y trabajos que la explican extensivamente.

El resultado es una densa red de trabajos que emplean al capital social para esclarecer fenómenos de lo más variado, que van desde el desarrollo económico (Putnam1995, Knack1999), hasta la superación de la pobreza (Narayan y Pritchett 1997, Collier 1998), pasando por la disminución de la violencia (Sampson 1997), la migración (Portes 1995), el progreso de la educación (Jonsson y Gahler 1997), e incluso la salud pública (Kawachi 1997). En este sentido Portes abrevia:

“El concepto de capital social se ha convertido en una de las exportaciones más populares de la teoría sociológica al lenguaje común y ha evolucionado en algo que cura todos los males”².

No obstante debe hacerse hincapié en que a pesar de que la literatura sobre capital social insiste en demostrar sus dimensiones positivas, existen también fuertes críticas a la misma. Autores como Landonlt (1996) y Putzel (1997) no tardaron en reconocer el lado negativo u oscuro del capital social, que va desde desincentivar las iniciativas individuales, hasta la posibilidad de restringir las libertades individuales. Sin embargo, aunque resulte paradójico estos autores han terminado por enriquecer el debate sobre capital social.

3.1.1.2. Principales planteamientos:

Como se pudo apreciar líneas arriba, el capital social tiene raíces antiguas, sin embargo a partir de los años ochenta empieza a popularizarse con autores como **P. Bourdieu**, quien en su corto artículo titulado “capital social notas provisionales”, define al capital social como: “...la suma de recursos reales o potenciales que se vinculan a la posesión de una red duradera de relaciones de conocimiento y reconocimiento mutuo - afiliación a

² Portes A. “capital social: sus orígenes y aplicaciones en la teoría moderna”. Pág.112.

un grupo - más o menos institucionalizadas que le brinda a cada uno de los miembros el respaldo del capital socialmente adquirido...”³, “a través del capital social los actores pueden obtener acceso a recursos económicos (como préstamos, información de mercados, etc.), gracias a los contactos con expertos o individuos refinados”.

Así, Bourdieu percibe al capital social como las relaciones sociales que un individuo puede usar para aspirar al acceso de los recursos (sea en cantidad o calidad), de aquellos sujetos con los cuales está conectado. Además especifica que este capital solamente se acumula y transmite en determinados hechos sociales tales como la afiliación a clubes, la familia, etc.

De este modo, la definición de Bourdieu se asemeja en gran medida a la idea de Woolcok y Narayan que dice:

*“No es lo que sabes o conoces sino a quién conoces”. Esta máxima ya común resume gran parte de la sabiduría popular respecto del capital social. Se trata de una sabiduría que surge de la experiencia que indica que para pertenecer a clubes exclusivos se requiere conocer a gente del club en cuestión y que los concursos para conseguir empleos y licitaciones suelen ganarlos aquellos que tienen amigos con puestos importantes. Cuando la gente pasa por momentos difíciles, sabe que serán sus amigos y familia los que, en última instancia, le brindarán apoyo y, en consecuencia, los que conforman su “red de seguridad”.*⁴

Entonces desde la perspectiva de Bourdieu el capital social estaría conformado principalmente por dos elementos:

- (a) La relación social que permite a los individuos estar conectados mutuamente.
- (b) Las ventajas (cantidad y calidad de acceso a recursos), que se acrecientan gracias a la construcción deliberada de sociabilidad

³ Bourdieu en Macarena López, “Una revisión del concepto y evolución del capital social”. Pág. 28.

⁴ Michael Woolcock y Deepa Narayan, Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre desarrollo. Art. Pag. 1.

Por su parte **J. Coleman**, en su libro libre *Foundations of Social Theory*, identifica al capital social con la capacidad que poseen las personas para trabajar en grupos, en base a un conjunto de normas y valores compartidos. Asimismo menciona que la ausencia de este capital en una estructura social, conduce a que no se alcancen objetivos, pues la red de contactos sociales es fundamental tanto para individuos como para organizaciones, en búsqueda de un interés común.

Así, Coleman trasciende de lo individual a lo colectivo del capital social, pues centra su atención en las estructuras sociales, fundamentando que las organizaciones mantienen obligaciones y expectativas de reciprocidad mutua, así como normas y sanciones que facilitan el cumplimiento de las mismas.

Es decir desde la perspectiva de este autor, el capital social se caracterizaría por:

- Crearse en la estructura social.
- Por facilitar acciones tanto personales como colectivas para los individuos que están situados en la estructura.
- Por la existencia de una expectativa de reciprocidad por parte de quien hizo el favor y el establecimiento de una obligación de no quebrar la confianza por parte de quien lo ha recibido.
- Por el establecimiento de una serie de normas y sanciones que regulan esas conductas.

A partir de los aportes de los autores ya mencionados, el politólogo **Richard Putnam** alcanza en gran medida, el umbral de la definición del capital social, refiriéndola como: “aspectos de la organización social, tales como la confianza, las normas y las redes que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada y la cooperación para el beneficio mutuo”⁵.

De este modo, Putnam concibe al capital social como una cualidad de grupos y organizaciones, señalando que el trabajo en conjunto es

⁵ R. Putnam en Macarena López, “Una revisión del concepto y evolución del capital social”. Pág. 64

más fácil en una comunidad que posee normas y redes de intercambio recíproco y solidario.

Así, el capital social para Putnam:

- Se crea en las redes o contactos que se forman entre las personas o grupos, sin las cuales la sociedad no podría funcionar.
- Surge gracias a cuatro elementos importantes: compromiso cívico, confianza, reciprocidad y asociatividad.
- Produce beneficios a los grupos u organizaciones que la poseen.

Entre los autores contemporáneos que destacan en sus estudios de capital social se encuentra **John Durston**, quien la define como “las normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza, la ayuda recíproca y la cooperación”⁶.

Es así que este autor ve al capital social como un recurso que genera beneficios a quienes lo poseen (como producir costos de transacción, producir bienes públicos, facilitar la construcción de organizaciones de gestión de base efectivas de actores sociales y sociedades civiles saludables).

Ampliando la definición, Durston indica que en términos teóricos el capital social casi siempre fue distinguido en dos tipos: el individual y el colectivo. El primero hace referencia a la posesión de un individuo de una red o contactos sociales de reciprocidad y solidaridad que le sirven en determinadas situaciones, el segundo refiere a la expansión de estas redes sociales hacia una organización que es capaz de trabajar por objetivos comunes, en base a la confianza y a la cooperación de sus miembros.

Resumiendo, de los principales aportes que tiene el capital social se puede entender a este de manera genérica como un recurso intangible, que permite a personas y grupos la obtención de beneficios por medio de relaciones sociales dotadas de confianza, reciprocidad y cooperación. De este modo, se puede sintetizar lo que “es” el capital social en cinco términos claves:

⁶ Durston, John. *¿Qué es el capital social comunitario?*, pág 3.

- Confianza; relaciones de confianza entre individuos y organizaciones, para que la colaboración tenga una base confidencial.
- Reciprocidad; creación de relaciones de ayuda mutua entre individuos y organizaciones sin aguardar una contraprestación inmediata.
- Redes sociales; creación de un amplio espectro de contactos con distintas personas y organizaciones para tomar confianza, cooperar e intercambiar información.
- Normas comunes; conciencia de que existen reglas comunes que deben ser cumplidas por todo el grupo.
- Cooperación; se manifiesta en la participación de un individuo en su comunidad o grupo para beneficio general.

Estos pilares del capital social, al que todos los autores (en menor o mayor medida) han hecho referencia, en conjunto definen al capital social como: “las redes sociales que poseen los individuos (en relaciones familiares, amigables, etc.) que cargada de valores de solidaridad y reciprocidad, es capaz de extenderse a niveles colectivos (por la confianza que existen entre los actores inmersos en dicha red) hasta formar una organización fuertemente unida, en base a valores cooperativos y normas comunes.

Desde este postulado, el capital social sería un atributo de las organizaciones (Coleman, Putnam, Durston). La idea parte porque, finalmente, los valores de reciprocidad y solidaridad que mantienen grupos como la familia, se extienden a grupos más grandes como una comunidad, localidad u organización. En este sentido, la necesidad de organización que todo ser humano posee, lleva a que se junten personas que se tienen más confianza, y con quienes se comparten los mismos objetivos y valores; para ello se recurre a la familia, vecinos o amigos, quienes cooperan por conseguir beneficios comunes.

Esto “es” finalmente el capital social, y la presente tesis se centrara en esta concepción, dada desde los puntos de vista de Coleman, Putnam y Durston.

3.1.1.3. Características del capital social:

Durston identifica las siguientes características del capital social:

➤ Por su tipo se divide en:

- **Capital social individual.** Refiere a las relaciones sociales acumuladas por las personas. Dichas relaciones contienen confianza y reciprocidad, extendido mediante redes egocentradas. Éste, no está en la persona propiamente tal, sino en la relaciones entre ellas. Entonces este tipo de capital presenta características de reciprocidad difusa, la informalidad entre dos personas y, la expresión en redes centradas en cada persona.

- **Capital social colectivo.** Implica la extensión de las redes egocentradas, formando un grupo que es capaz de funcionar como equipo. En este caso, el capital social opera con base a la reciprocidad individual de las personas en el grupo. Se presenta no sólo en las relaciones interpersonales diádicas, sino en sistemas más complejos, en las estructuras normadoras y sancionarias. En esta definición, opera el concepto de institución como “un conjunto relativamente estable de roles y relaciones, bien establecidas, con normas que refuerzan y sancionan como sistema y con mayor complejidad que una red”.

- **Capital social de puente.** Es una extensión de las formas nombradas anteriormente, que alude a los vínculos que permiten el acceso a personas e instituciones distantes (horizontales como verticales). De acuerdo a lo anterior, su importancia reviste en que facilita el acceso a otras formas de recursos económicos y políticos.

➤ Por su estructura se divide en:

- **Homogéneo o cerrado.** Refiere al capital social que se desarrolla al interior de una organización, en base a redes sociales cerradas, que solo sirven para los miembros y que no se extienden. (perteneciente al capital social colectivo)

- **Heterogéneo o abierto.** Refiere al capital social que se extiende por la capacidad de los miembros de una organización para tejer redes fuera de la misma y acceder a recursos más importantes. (Pertenece al capital social de puente)

➤ **Capital Social Colectivo y Homogéneo:**

Los debates respecto a si el capital social constituye un atributo individual, familiar, comunitario, de ciudades, o incluso de naciones ha sido largamente discutido. No obstante, sobre la base de las conceptualizaciones que se han realizado del término, se puede señalar que su riqueza se establece a partir de las interacciones entre lo individual y lo colectivo.

Desde la perspectiva de Durston, “el capital social individual se manifiesta principalmente en las relaciones sociales que tiene la persona con contenido de confianza y reciprocidad, y se extiende a través de redes ego centradas”. “El capital social colectivo o comunitario se expresa en las instituciones complejas, con contenido de cooperación y gestión”⁷.

El capital social individual, es acumulable por las personas, y puede ser reclamado dada una necesidad con los otros. Por otro lado el capital social colectivo, consta de normas y estructuras que conforman las instituciones de cooperación grupal.

Dada la conceptualización que se ha usado, es importante señalar qué se entiende por *Institución*. Se puede decir que es un conjunto medianamente estable de roles y relaciones establecidas, que caracterizan a una sociedad en cuestión, con normas que refuerzan y sancionan el desempeño de estos roles por diferentes personas a través del tiempo. “Lo más aceptado es la visión de instituciones como sistemas complejos socioculturales”⁸.

En todo caso el capital social sería parte de la cultura y en determinado nivel, se encuentra internalizado por los individuos que componen una comunidad. Así el capital social colectivo “es la institucionalidad formal e

⁷ Durston, John. *¿Qué es el capital social comunitario?*, pág 28.

⁸ Atria Raúl. “Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo”. Pág. 21

informal que integra las normas culturales de confianza entre individuos, con las prácticas de cooperación entre todos los miembros de un sistema”. Entonces “Los aspectos individuales y colectivos se complementan” (DURSTON).

Resumiendo, el capital social es una propiedad de las estructuras sociales, que en su forma individual toma la forma de redes interpersonales que permiten al individuo vincularse con los otros en intercambios sociales, contactos y favores, pero en su sentido colectivo se refiere a la institucionalización de las relaciones de cooperación y ayuda recíproca en el marco de organizaciones, empresas, comunidades locales y grupos que conforman la sociedad civil. Ahora bien, es importante señalar que muchas veces la división entre capital social individual y capital social comunitario es solamente analítica, puesto que las relaciones comunitarias están basadas en relaciones entre personas y toda colectividad se compone de individuos.

Así mismo, cabe acotar que el tipo colectivo de capital social, tiende a dos cosas, o a ser heterogéneo y abierto, o a ser cerrado y homogéneo. El primero de ellos precisa que en aquellos grupos donde los lazos y vínculos solidarios son más dispersos (es decir se tejen en diferentes lugares, ámbitos, etc.), tienden a tener mayores oportunidades para acceder a una serie de recursos; mientras que el capital social cerrado, al estar formado por vínculos fuertemente unidos entre quienes conforman una comunidad (gracias a los valores y normas comunes), tienden a crear organizaciones bien cohesionadas pero con pocas probabilidades de acceso a recursos (debido a que se juntan personas de similar condición socioeconómica).

Entonces el tipo de capital social colectivo, depende mucho del tipo de relaciones que tejen sus miembros y de los contextos en los que se hallan. Se sabe así que en sociedades más urbanas los vínculos son más dispersos pero ayudan a mejorar la vida, mientras que en sociedades u organizaciones más tradicionales los vínculos son más cerrados. Al respecto Putnam dice: “Los vínculos fuertes son buenos para volver a las raíces, para reconfortarse, los vínculos débiles son buenos para avanzar, evolucionar” (este es el sinónimo de un capital social de puente). “El capital social que une

(*bonding*) actúa como una cola sociológica, el capital que enlaza (*bridging*) actúa como un «lubrificante» sociológico”⁹.

Para el caso de la tesis se reconocerá la existencia de características colectivas y cerradas en el capital social que poseen los productores artesanos plateros del distrito de san Jerónimo de Tunan.

Para finalizar esta parte, es necesario comprender que, si bien es cierto las teorías sobre capital social se han ligado mucho en la actualidad, a un tema operativo de las políticas sociales en pro de la superación de la pobreza por medio de un capital tan activo como los son las relaciones de solidaridad y cooperación que tienen comunidades pobres y de las cuales se pueden sacar provecho para su propio desarrollo; en tal sentido, no está demás dejar en claro que las teorías del capital social tienen profundas raíces (como se pudo apreciar) en autores tan tradicionales para la sociología, así como modernos autores, quienes ven en este término una categoría analítica que finalmente investiga cuestiones inherentes a la naturaleza organizativa de muchas comunidades. La solidaridad, la cooperación, las redes sociales, las normas comunes, etc. No son más que rasgos propios de nuestra cultura, y que de algún modo gracias a esta categoría analítica podemos descubrir y revalorar.

3.1.2.- Sobre Cultura Organizacional:

3.1.2.1. Antecedentes:

Mencionar al empoderamiento desde la visión académica y aun desde las mismas organizaciones e instituciones donde se viene posibilitando, significa señalar una de las vías fundamentales para alcanzar el desarrollo y transformación de las sociedades. Sin embargo, el desarrollo no es el único contexto en el que se emplea. Se trata de un término complejo, que no es fácil de definir y se presta a una amplia variedad de interpretaciones.

⁹ Id. Pág. 24

Existe una literatura cada vez más extensa sobre el empoderamiento. Van Eyken (1990), Friedmann (1992), Craig y Mayo (1994) y Rowlands (1997), han examinado el concepto del empoderamiento desde la palabra que le da nacimiento “**el poder**”, concentrándose en este pilar como el sentido de la capacidad “para hacer”, “para poder” y para sentirse más capaces y en control de una situación.

En tal sentido el poder es, en la mayoría de los casos, la base de la riqueza, mientras que la falta de poder es la base de la pobreza, y tanto los ‘poderosos’ como los “desempoderados” constituyen categorías de actores fundamentales para entender la dinámica de cualquier sociedad.

Así, el poder funciona a muchos niveles diferentes y está presente en los intereses contradictorios de distintos grupos dentro de un contexto en particular; por ejemplo, el poder que a menudo ejercen los hombres sobre las mujeres y el poder que ejercen instituciones como la iglesia sobre la población. El poder también puede entenderse, como un activo propiedad del Estado o de la clase dominante, que lo ejerce para poder mantener el control y sellar su autoridad y legitimidad.

Por tanto, al relacionar empoderamiento con poder, nos permite pensar, cambiar las relaciones de poder en favor de aquellos que con anterioridad tenían escasa autoridad sobre sus propias vidas. Batliwala¹⁰ lo define como poseedor de dos aspectos centrales: control sobre los recursos (físicos, humanos, intelectuales, financieros, y el de su propio ser), y control sobre la ideología (creencias, valores y actitudes). Si el poder significa control, el empoderamiento, por tanto, es el proceso de ganar control. Y aunque se haya verticalizado al empoderamiento solo con el poder que “te dan” (dar poder a los que no lo tienen), este va mucho más allá y parte desde un poder “que te ganas” (es decir que uno mismo se otorga a base de esfuerzos).

Por lo anterior, es notable destacar que el término empoderamiento tiene su antecedente fundacional en el poder, y como tal, tiene significados diversos según el contexto sociocultural y político. Se puede entender como un proceso, como un producto, como un enfoque o como un fin. Además, es multidimensional ya que tiene implicaciones a nivel individual,

¹⁰ Batliwala, Srilatha, “Empoderamiento de mujeres en Asia: Conceptos y Practicas”, en www.worldbank.org.

organizacional, político, sociológico, económico y espiritual. Se puede entender como un proceso personal a través del cual el individuo toma control sobre su vida o bien como un proceso organizacional donde grupos y comunidades adquieren capacidades organizacionales que les ayudan a ejercer autoridad local para que sus demandas y necesidades sean satisfechas y poder mejorar sus condiciones de vida o finalmente puede significar un proceso político en el que se garantizan los derechos humanos y justicia social a un grupo marginado de la sociedad.

En resumen, el empoderamiento:

- Proviene del verbo “Empower” asociado a la idea de que una persona ejerce poder.
- Sus sinónimos son: auto fortalecimiento, control, poder propio, autoconfianza, decisión propia, vida digna de acuerdo con valores, capacidad para luchar por derechos, independencia, tomar decisiones de manera autónoma y ser libre, entre otros.
- Según el Banco Mundial, el empoderamiento implica tres procesos fundamentales: La transformación de la pasividad en acción. El desarrollo del poder de una persona o comunidad. Descubrimiento de la realidad para fortalecer capacidades y superar dificultades.

3.1.2.2. Principales planteamientos

El **Banco Mundial**¹¹ ha realizado un extenso trabajo, tanto teórico como empírico en el campo del empoderamiento. En resumen, considera a este como la libertad de elección y acción. Ello significa aumentar el control sobre los recursos y las decisiones que afectan la vida del individuo y los grupos humanos. A medida que el individuo ejerce su capacidad de elección, aumenta el control sobre su vida. Las opciones de los pobres están extremadamente limitadas, tanto por la falta de recursos como por su incapacidad para negociar mejores condiciones con las instituciones, dado que las relaciones institucionales se dan entre niveles distintos de poder. Así pues, el empoderamiento se define como la expansión de los recursos y capacidades

¹¹ Boulding, K. “Las tres caras del poder”, en www.worldbank.org.

de los pobres para participar, negociar, influir, controlar y exigir que las instituciones que afectan a sus vidas les rindan cuentas.

Ahora bien, Las perspectivas que tiene el banco mundial sobre empoderamiento se han venido ligando al desarrollo de políticas públicas, sin embargo son importantes sus aportes en la medida que le ha dado mayor relevancia a un termino poco utilizado por las investigaciones.

Con un sentido más teórico y de categoría analítica, **John Friedman**¹², uno de los propulsores del empoderamiento, considera a este una estrategia alternativa a la forma tradicional de promover el desarrollo, pues ve desde sus estudios, que muchas comunidades emprenden procesos endógenos de desarrollo mediante fortalecer sus capacidades de organización (como la autogestión), para hacer incidencia en las decisiones políticas de sus localidades. Así estas comunidades ganan poder y mejoran sus condiciones de vida, mediante sus propias capacidades (sin la necesidad de intervención de terceros).

Desde este punto de vista, el empoderamiento no sería un poder que te otorgan, sino que se gana. Pero ¿de donde es que nace tal empoderamiento? Friedman, afirma que nace de la necesidad de los grupos excluidos por mejorar sus condiciones de vida y de sus propias capacidades para organizarse; además porque cuentan con un bagaje cultural de cooperatividad comunal que les permite trabajar en conjunto.

Jo Rowlands¹³, una de las autoras contemporáneas más prolíficas en estos temas, recoge los aportes de Friedman y los define mejor. Para ella el empoderamiento significa “la adquisición de ciertas capacidades y habilidad de tomar decisiones”. Por tanto el empoderamiento significaría la adquisición de tres capacidades primordiales (para cualquier organización) según su visión:

¹² Friedman, John. “Empoderamiento: las políticas de desarrollo alternativo”. 1992.

¹³ Rowlands, Jo. “Empoderamiento de las mujeres rurales en Honduras: Un modelo para el Desarrollo”. 1997.

a) Capacidad de decisión: se refiere a la capacidad de intervención activa, por parte de los miembros de un grupo, en la elección de criterios, normas y principios que aparezcan como válidos para dicho grupo.

b) Capacidad de control: referida al deber de velar por el cumplimiento de las decisiones del grupo y del buen funcionamiento de los mecanismos que se hayan dado para ejercer esta función.

c) Capacidad de gestión: esta exige a los participantes del grupo la generación de capacidades y recursos para manejar en forma autónoma aquellos aspectos fundamentales que le dan sentido a la existencia y desarrollo a la organización grupal.

Así, Rowlands, concluye su análisis identificando una tridimensionalidad del empoderamiento: el personal, desarrollar el sentido del yo y la confianza; el relacional, capacidad para negociar e influir en la naturaleza de la relación; y colectiva, trabajo conjunto para lograr un impacto más amplio del que se podría haber alcanzado de forma independiente.

Van Eyken por su parte, concibe el empoderamiento de una organización como “el fortalecimiento organizativo” y un proceso progresivo de aprendizaje en el que asciende de un estado a otro aumentando el abanico de sus oportunidades. Así, hace hincapié sobre el gran poder que se le atribuye a la toma de decisiones, por ser motor de autonomía y a las capacidades de organización, por ser un instrumento mediante el cual las mayorías gozan de beneficios colectivos (que evidentemente individualmente no lo hubieran podido conseguir). Ampliando su definición, Eyken nombra cuatro requisitos indispensables para que exista un proceso de empoderamiento:

1) **Recursos.** Son las condiciones materiales, humanas y sociales con las que debe contar una organización para iniciar el empoderamiento. Los recursos económicos abarcan desde los bienes más convencionales (como la tierra, la financiación, la tecnología, entre otros) hasta otros capitales menos tangibles (como el Político). Los recursos humanos se plasman de forma individual y comprenden valores como los conocimientos, la confianza en uno mismo, la autoestima o la creatividad. Los recursos sociales (como la capacidad organizativa, las expectativas y las reivindicaciones)

permiten mejorar la situación individual y sus oportunidades más allá de lo que se conseguiría con los esfuerzos individuales. Por ello, en términos de empoderamiento es tan importante analizar si un individuo o grupo tiene o no recursos como en qué términos tiene acceso a esos recursos, es decir, la forma de poder que se ha ejercido para alcanzar esos recursos.

2) Agencia: Se entiende como la capacidad que tiene un individuo o grupo para definir sus objetivos y actuar en base a ellos. La noción de agencia no se limita exclusivamente a la acción de toma de decisión sino que incluye una fase previa que hace referencia a la motivación y al objetivo para llevar a cabo esa actividad. En términos de empoderamiento es imprescindible analizar todo el proceso desde la reflexión hasta la toma de decisión. La agencia puede ser entendida como el poder para elegir la alternativa que más se adecua a los objetivos del individuo o grupo aunque eso implique entrar en oposición con otros.

3) Resultados. La unión de los recursos y la agencia bajo una estructura de contexto determinada son el potencial de cualquier grupo para vivir la vida que desea, y su consecución serán los resultados. El resultado no siempre será positivo, es decir, no siempre se conseguirá lo que se quiere, a pesar de ello, el proceso de empoderamiento será efectivo.

Craig y Mayo por su parte, definen al empoderamiento como “un proceso en que las personas marginadas social, política, cultural y/o económicamente de la estructura de oportunidades sistémica, van adquiriendo colectivamente control sobre sus vidas, sobre los procesos y dinámicas determinantes de la exclusión en la que se encuentran. Este proceso de control les otorga un poder que les permite alterar a su favor los procesos y estructuras de los diversos ámbitos contextuales que les mantenían en una condición de subordinación-marginación”¹⁴.

Ahora bien, como dijo Van Eyken, la existencia de un proceso de empoderamiento depende de las circunstancias concretas del escenario en el que se actúa y de las condiciones organizacionales con las que se cuenta. A

¹⁴ Craig y Mayo en J. Rowlands “Empoderamiento de las mujeres rurales en Honduras: Un modelo para el Desarrollo”. Pág. 62.

pesar de esta especificidad, un proceso de empoderamiento tiene también cuatro pilares fundamentales:

1) Acceso a la información. Información es poder. Los ciudadanos informados están mejor preparados para aprovechar las oportunidades, obtener servicios, velar por sus derechos, negociar eficazmente y controlar las acciones del estado y de los actores no estatales. Sin información que sea relevante, oportuna y presentada de manera a ser entendida, es imposible que los pobres puedan actuar. Las leyes sobre el derecho a la información y sobre la libertad de prensa, particularmente prensa local en el idioma local, son los fundamentos necesarios para el surgimiento de acciones por parte de ciudadanos informados. El acceso oportuno a la información en los idiomas locales proveniente de fuentes independientes a las del gobierno local es de suma importancia.

Se tiende a subestimar la necesidad de disponer de información y apenas las organizaciones cuentan invierten con una información oportuna, por ejemplo: sobre sus derechos y deberes con respecto a los servicios gubernamentales básicos, sobre las diversas competencias del sector público y privado, sobre los servicios financieros, de mercado y de precios. Las tecnologías de información y comunicación pueden jugar un rol importante no solamente conectando a los pobres con este tipo de información, sino también conectando a los pobres entre ellos y con el resto de la sociedad en general.

2) Inclusión social y participación: Una organización social activa es una herramienta clave para presionar, facilitar el cambio y tomar decisiones. Facilitar la inclusión y la participación requiere abrir espacios de debate en los que se pueda deliberar antes de pasar a la acción. Dirigir la participación para alcanzar cierto consenso no siempre es fácil por lo que en muchas ocasiones es necesario incluir mecanismos de resolución de conflictos.

3) Capacidad local organizativa: Los mecanismos formales e informales que una comunidad o grupo desarrolla, permiten que los individuos puedan trabajar de forma conjunta y movilizar recursos para resolver sus problemas. Además, gracias a ellos el individuo se siente representado y apoyado socialmente reforzando así su autoestima y sus capacidades.

4) Instituciones abiertas y transparentes. Las organizaciones, formales e informales, de estas características permiten, entre otras cosas, el correcto funcionamiento de los sistemas de rendición de cuentas, el flujo de la información, y promueven la distribución equitativa de los recursos y establecen mecanismos adecuados para fortalecer la capacidad organizativa de la sociedad civil.

3.1.2.3. Proceso de Construcción de Cultura Organizacional:



Esta pirámide con cinco componentes, define concretamente que se entiende por empoderamiento de organizaciones. Como se puede observar es un proceso que se inicia en un nivel interno y se prolonga hasta uno externo que apertura oportunidades insospechadas. Así, el empoderamiento organizacional, sería un proceso de conformación de comunidades u organizaciones autosuficientes y fuertes que saben como dirigir su propio desarrollo, para luego participar e influir en la toma de decisiones en diferentes niveles de gobierno (local, regional y nacional), para que sus demandas y necesidades sean escuchadas y satisfechas, y de este modo fomentar políticas inclusivas.

Zimmerman¹⁵ describe el proceso de empoderamiento a nivel organizacional como el fortalecimiento de la organización como un todo para lograr sus objetivos y metas, lo que a su vez significa generar procesos de liderazgo compartido, procesos de capacitación de sus miembros en función de los objetivos de la organización, procesos de toma de decisiones y sistemas de comunicación y apoyo eficaces, sistemas de distribución de roles y responsabilidades según capacidad, la creación de entornos de intercambio de información y recursos, un modelo o estilo de gestión adecuada en función del crecimiento y desarrollo organizacional.

Así, **Zimmerman** identifica cuatro características básicas (a las que llama capacidades organizativas de fortalecimiento), que desarrolla toda organización en el proceso inicial de su empoderamiento:

1) **Autogestión.** “Auto” es un prefijo que significa “uno mismo”, o “por sí mismo” y Gestión se define como administrar para conseguir algo, como puede ser un producto, bien o servicio. Por tanto, se refiere a la capacidad de organización interna que tiene un grupo, comunidad, asociación, etc. Con la finalidad de conseguir colectivamente la satisfacción de sus necesidades e intereses.

2) **Autosuficiencia.** Se logra gracias a la permanencia a largo plazo de las capacidades autogestionadoras en un grupo. Así, la autosuficiencia produce en un grupo, es la autonomía colectiva para decidir sobre el destino que desean alcanzar. Encaminando un sistema integró y sostenible de organización que permite la satisfacción de sus necesidades e intereses.

3) **Democratización Organizacional** La democratización supone que, a la vida social de la organización, se incluyan a todos los grupos que se encuentran excluidos, enfrentando el déficit de participación y logrando en forma paulatina la ampliación de la misma. Por tanto es medio de inclusión que permite empoderar a los marginados de los sistemas formales.

4) **Resolución de Conflictos.** Tener estrategias para afrontar los conflictos que se suscitan en toda organización, es una forma de mantener al grupo unido en pro de un objetivo común, pues de lo contrario este

¹⁵ Zimmerman, M. En Cornell Empowerment Group. “Empoderamiento y familia”. Boletín Pág. 18.

se desintegraría e imposibilitaría la acción colectiva. La resolución de conflictos es un medio de empoderamiento porque permite al grupo estar capacitados para afrontar problemas, tomar decisiones y con gran capacidad de análisis.

Entonces, el empoderamiento inicialmente partiría del desarrollo de capacidades organizativas internas, que le permitirían después a la organización desplegar un proceso más estable donde son capaces de influir a niveles locales, regionales o nacionales. En pocas palabras, el empoderamiento implica un proceso mediante el cual las organizaciones ganan control sobre sus vidas. Montero en Cornell Empowerment Group¹⁶ lo define como:

"El proceso mediante el cual los miembros de una comunidad desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos"

Para **Zimmerman**, los "procesos empoderadores en una comunidad también incluyen un sistema de liderazgo abierto que toma en serio las actitudes y asuntos de interés de los ciudadanos, que busca consejo y ayuda de los miembros de la comunidad". Speer y Hughey (1995) señalan que el empoderamiento a nivel local implica apertura a oportunidades, en el que el ganar mayor poder significa mejores condiciones de vida para las poblaciones pobres y marginadas. En el caso de los productores de leche, esta inicia el proceso de empoderamiento organizacional tal y como describe Zimmerman.

¹⁶ Cornell Empowerment Group. "Empoderamiento y familia". Boletín Pág. 1-3.

3.2. Marco Conceptual:

3.2.1. Capital: Es un activo¹⁷ que tiene tres características: Es productivo (contribuye a generar resultados positivos), es producido (no es un recurso natural. Se ha de invertir en él y la inversión requiere esfuerzo) y es duradero (no se consume con un solo uso, aunque puede depreciarse

3.2.2. Capital Social: es el conjunto de relaciones de solidaridad, confianza y cooperación, que tienen algunas organizaciones en menor o mayor medida y que produce ciertos beneficios para quienes la poseen.

3.2.3. Organización: es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí (bajo una estructura coordinada, ordenada y regulada por normas), para conseguir determinados fines comunes.

3.2.4. Poder: es la facultad, facilidad, potencia o dominio que alguien tiene para ejecutar algo o mandar.

3.2.5. Proceso: es el desarrollo o marcha de alguna cosa, que asciende de un estado a otro progresivamente.

3.2.6 Cultura: es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología.

¹⁷ Activos: consideramos tres tipos de activos, los activos económicos (recursos productivos: tierras, capital físico y humano), los activos políticos (acceso de las personas a los derechos universales, y los activos culturales (valores sociales pertenecientes a las características personales).

3.2.7 Cultura Organizacional: La cultura organizacional se ha definido como "una suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización. Los valores organizacionales son creencias e ideas sobre el tipo de objetivos y el modo apropiado en que se deberían conseguir. Los valores de la organización desarrollan normas, guías y expectativas que determinan los comportamientos apropiados de los trabajadores en situaciones particulares y el control del comportamiento de los miembros de la organización de unos con otros" (Hill y Jones, 2001).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Capital Social: Características que Asumen en los Productores Artesanos Plateros

Según Autores como Coleman, Putnam y Durston, el capital social, es un atributo de comunidades, grupos y organizaciones sociales, en donde existe confianza, cooperación y compromiso con las normas.

En este sentido, Durston distingue dos tipos de capital social: uno individual y otro colectivo.

El capital social individual “consta del crédito que ha acumulado la persona en la forma de reciprocidad difusa que puede reclamar en momentos de necesidad, a otras personas para las cuales ha realizado, en forma directa o indirecta, servicios o favores en cualquier momento en el pasado”.

En cambio, el capital social colectivo “consta de las normas y estructuras que conforman las instituciones de cooperación grupal. Reside, no en las

relaciones interpersonales diádicas, sino en estos sistemas complejos, en sus estructuras normativas y sancionadoras”¹⁸.

Entonces, el capital social es una propiedad de las estructuras sociales, que en su forma individual toma la forma de redes interpersonales que permiten al individuo vincularse con los otros en intercambios sociales, contactos y favores, pero en su sentido colectivo se refiere a la institucionalización de las relaciones de cooperación y ayuda recíproca en el marco de organizaciones, empresas, comunidades locales y grupos que conforman la sociedad civil.

Bajo esta lógica (tanto individual como colectiva), se manifiesta el capital social de los artesanos plateros, a través de redes sociales cargadas de valores solidarios y recíprocos, que se extienden de la familia (lo personal) hasta una organización cohesionada que desarrolla valores de cooperación y confianza.

Por tanto, la distinción o división del capital social es solamente analítica, puesto que en la vida real ambas se complementan y en definitiva la individual funda a la colectiva. Todo capital social colectivo proviene primero de estrategias individuales, luego las instituciones generan las normas, y las normas, a su vez, orientan el comportamiento del individuo para fortalecer la institución como sistema.

Así mismo, Durston señala características funcionales del capital social colectivo:

- ✓ La creación de confianza entre los miembros de un grupo.
- ✓ La cooperación coordinada en tareas que exceden las capacidades de una red.
- ✓ La legitimación de líderes y ejecutivos con funciones de gestión y administración.

¹⁸ Durston, John. ¿Qué es el capital social comunitario? Pág. 21.

- ✓ La prevención y sanción de "polizontes" (individuos que quieren beneficiarse del capital social sin aportar esfuerzo o recursos propios a su fortalecimiento).

Desde esta perspectiva teórica, analizaremos al capital social de los artesanos plateros visto a partir de redes sociales, confianza, cooperación y cohesión. Para tal fin, primero examinaremos el llamado capital social individual y después el colectivo.

4.1.1.- Lo Individual en el Capital Social:

Como ya se ha venido diciendo, este capital se traduce en las relaciones cotidianas que establecen los individuos en formas de intercambios solidarios y reciprocidad.

En tal sentido, el análisis de las redes sociales que tienen los artesanos plateros, en formas familiares, amigables y grupales, son fundamentales para iniciar la presente investigación. Dado que son la base de la riqueza del capital social.

A.- Redes Sociales:

Una de las estructuras sociales que más favorece al capital social son las redes¹⁹. Una red social es una estructura relativamente invisible pero al mismo tiempo muy real, en la que está inserto un individuo, una familia o un grupo, y en el cual existen numerosas propiedades vinculadas con el intercambio. Las relaciones se dan en un contexto determinado y se modifican o desaparecen cuando el contexto cambia.

Para Atria Raúl²⁰, las redes sociales se construyen mediante estrategias de inversión orientadas hacia la institucionalización de relaciones grupales, las cuales serán fuente confiable de otros beneficios. El grado de cerramiento o apertura de la

¹⁹ Requena Santos, Félix. "Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional". 1991.

²⁰ Id. Pág. 28

red de relaciones determinará el mayor o menor acceso a la información y recursos que en ella circulan.

Desde el análisis que hace este autor sobre las redes sociales, existe un consenso acerca de la importancia que el sistema de vínculos o redes que los individuos establecen a lo largo de su vida, tienen en la obtención de determinados logros sociales, así como en el bienestar de los hogares.

De lo anterior veremos:

➤ **Redes Familiares:**

Las redes familiares son un dato de base para conocer la composición de la red más cercana a un individuo. En este sentido son una herramienta fundamental que los individuos utilizan para desenvolverse en la sociedad y alcanzar sus objetivos.

Para analizar este apartado, es fundamental conocer:

❖ **La Composición** de dichas redes:

Las redes familiares por su composición, comprende tanto la cantidad de miembros que integran un hogar y el tipo de relaciones que los une.

Cuadro Nº 01:

NÚMERO DE PERSONAS QUE VIVEN EN UN HOGAR DE ARTESANOS

NUMERO PERSONAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 y 3	30	37.5
Entre 4 y 6	40	50
Entre 7 y 9	10	12.5
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

El 50% de los encuestados, refirió que su familia esta integrada por miembros de entre 4 a 6 personas, poniendo en referencia que aun las familias de zonas peri urbanas se mantienen en un rango alto, y asumen características de familias nucleares con lazos de familiaridad muy fuertes. Mientras que un 37.5% manifiesta que el numero de personas que viven en su hogar es entre 4y 6, y un 12.5% manifiestan que en su hogar viven entre 7 y 9 personas.

Cuadro N° 02
ARTESANOS PALTEROS QUE VIVEN EN LOS CENTROS DE PRODUCCION
ARTESANAL.

Los Artesanos son:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros de Producción	38	47.5
Lugar de procedencia	15	18.75
Radica a fuera	12	15.0
Vecindario	15	18.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan.

La mayoría, (47.5) de los artesanos plateros entrevistados manifiestan vivir en su mismo centro de producción además compartir relaciones de parentesco con su personal y demás artesanos del distrito, Un 18.75% viven en su lugar de procedencia, mientras que un 15.0% radican a fuera del distrito y un 18.75% bien en sus vecindarios establecidos dentro del distrito de San Jerónimo de Tunan.

El tamaño de las redes familiares en los empresarios artesanos plateros, son lo suficientemente importantes como para pensar en la transferencia de padres a hijos y entre parientes, de una cadena de intercambios de “favores” (así las inversiones pasadas en ayuda material o moral realizadas por los individuos en una red familiar

es un stock²¹ potencial de capital social, del cual se podrá disponer en un futuro).

Así, analizando el cuadro 01 sobre el tamaño de los hogares, se cuestiona en gran medida a las familias numerosas, pues implica mayores dificultades para conceder a todos los miembros, las atenciones básicas a sus necesidades. Sin embargo visto desde el capital social, la familia cumple una función de banco, otorgando préstamos a los hijos para completar la escuela, iniciar negocios o comprar una casa, a la espera de los retornos, que vendrán cuando los padres lleguen a la edad madura. Lo que sucede en localidades pequeñas es justamente esto, ya que vivimos en una cultura de reciprocidad familiar, donde se pretende “pagar a nuestros padres por lo que hicieron por nosotros”.

Ahora bien, sobre el cuadro 02 es importante destacar que los artesanos plateros comparten muchas cosas, entre ellas las relaciones de parentesco, lo cual es central para entender de donde parte realmente el capital social de ellos. A lo largo de toda la investigación veremos como todo (las redes sociales, la confianza, la cooperación, la cohesión), gira alrededor de estas redes de familiaridad; así, esta viene siendo el capital base donde se empieza a tejer redes de solidaridad primero entre parientes, luego se extiende (en base a la confianza) a grupos como formas de cooperación mutua y finalmente a una organización que se integra en base a que comparten las mismas necesidades, objetivos, pero principalmente las mismas relaciones (la familia).

❖ **La Utilidad** de las redes:

Comprende:

- **La solidaridad familiar**; que se visibiliza en el apoyo de los productores artesanos plateros a las migraciones de parientes que viven en zonas aledañas, que no gozan de las condiciones de vida básicas, por lo cual es una forma de generarles oportunidades de trabajo y crecimiento personal.

²¹ Cabe aclarar que entendemos por *stock* de capital social a la percepción que el individuo tiene de recibir asistencia de su familia cuando se le sea necesario en base a las ayudas anteriores que este brindo.

Así el cuadro 03 hará evidente que la mayoría de los artesanos plateros **proceden de ámbitos distintos al del distrito**, lo que demuestra que las relaciones de familia son fuente de apoyo para los que desean migrar en busca de mejores oportunidades

Cuadro Nº 03:

LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTORES ARTESANOS PLATEROS

LUGAR DE PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Jerónimo	46	57.5
Cerro De Pasco	1	1.25
Comas	22	27.5
Huancavelica	10	12.5
Ayacucho	1	1.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un 42.5% refiere haber migrado de diversos departamentos para dedicarse a la actividad artesanal platera, cabe manifestar el incremento de la población migrante de el distrito de Comas, provincia de Concepción, quienes poco a poco van asimilándose a las actividades productivas del Distrito. También observamos que un 27.5% de la población proviene del distrito de Comas, otro 1.25% Proviene de la Región de Cerro de Pasco y un 1.25% de la Región de Ayacucho.

Este modo de solidaridad mediante el cual familias enteras se han trasladado de diversas localidades, no termina cuando “se ayuda a venir”, sino continúa cuando se les proporciona la seguridad de una vivienda, alimentación y trabajo, y finaliza cuando el familiar acogido es capaz de independizarse y formar su propio taller o negocio (es decir contar con un establecimiento comercial donde se comercializa artesanía de los talleres)

Como vemos entonces las redes familiares solidarias permiten la movilidad social de personas, pues les ayuda a mejorar sus condiciones de vida y tener acceso a mejores oportunidades.

Sin embargo esta solidaridad no concluye ahí, en realidad solo inicia el despliegue de la cadena de intercambios mutuos que se tejerán al interior de la asociación de artesanos plateros; pues, un familiar auxiliado en el pasado es un “capital activo”, para quienes le brindaron el soporte. En casos de cualquier necesidad o urgencia ellos pueden pedir el apoyo incondicional del familiar (que evidentemente no se negara a realizarlo).

- **La reciprocidad familiar**; se da en formas de intercambios de apoyos materiales y morales entre las personas establecidas en la Asociación de Artesanos plateros.

En ellos, la reciprocidad familiar está tan acentuada que es fácil de percibir para cualquier investigador. Basta con echar una mirada a la vida cotidiana que desarrolla cualquier hogar. Por ejemplo narrando solo la actividad que realizan, es interesante ver como se dividen las labores y como la llevan a cabo hasta vender su producto.

En la producción artesanal, intervienen todos los miembros del hogar, desde los más pequeños hasta los padres, los parientes cercanos como cuñados, compadres, etc. A quienes no se les tiene que pagar con un sueldo, sino con la devolución del favor. En el proceso productivo de la platería por ejemplo, vemos que la división de tareas es asignada de la siguiente forma: los niños aprenden el burilado, el diseño, , mientras el padre, la madre y los miembros más jóvenes de la familia se encargan de el proceso mismo de la filigrana, y finalmente venden sus productos a través de alas tiendas que se han ido posicionando en la Av. Arequipa, en San Jerónimo, en los stands de la Casa del Artesano en Huancayo o la Feria dominical de la Av. Huancavelica.

Como se observa, la reciprocidad al interior de una familia está bien marcada, pero como red social importa muchísimo el hecho

de que parientes cercanos intervengan en la producción. Así pues vemos como día tras día el pariente que apoya es apoyado después cuando llega el turno de su producción.

Sin embargo, es notable aclarar que las redes familiares de reciprocidad, no son exclusivas a las actividades productivas, sino que se prolongan a intercambios cotidianos. En los préstamos de dinero en casos de urgencia, cuidado de niños por parientes en circunstancias necesarias, en las intervenciones en conflictos familiares, en casos de enfermedades, etc.

Es decir, las redes familiares son una fuente real de soporte en reciprocidad, intercambiable y confiable (se invierte favores en quienes se espera devuelvan el favor en caso de ser necesario) porque son las redes más cercanas y próximas a las personas.

El tan convocado "hoy por ti y mañana por mí", no es más que una clara evidencia de este tipo de redes que preceden a un tipo de cultura aun tan acentuada en muchas localidades, y que finalmente vienen siendo estrategias individuales para poder surgir de la pobreza en la que se encuentran muchas personas. Pues ante un mundo tan desconfiado y poco solidario, la familia y las relaciones con parientes, son en la actualidad el motor básico que impulsa el progreso de mucha gente.

➤ **Redes de Amigos**

Las redes personales son un recurso fundamental de los individuos. Cuanto más amplias, más fácil resulta pedir ayuda en situaciones de necesidad. Por tanto, favorecen al apoyo entre personas y además a la transmisión de información entre individuos y grupos.

En los artesanos, los vínculos amigables que teje, parten primero de las redes familiares, así estas personas cuentan en primera instancia con el apoyo familiar para satisfacer sus necesidades básicas (mediante la reciprocidad y solidaridad). Sin embargo, cuando estas

redes ya no son capaces de satisfacer unas necesidades de apoyo más extensas, es cuando se recurre a los amigos.

Por ejemplo, en el análisis de las redes familiares se mencionó que la solidaridad se percibe cuando una familia artesana platera apoya a la migración de un pariente a quien además se le brinda vivienda, alimentación, empleo, etc. Sin embargo para que la persona logre independizarse y formar su propia pequeña empresa o taller artesanal se necesita de un apoyo más extenso que el de su familia. Para esto entabla vínculos con otros productores o comerciantes del mismo rubro, a quienes recurre finalmente para que le brinden apoyo económico extra (que es el insumo central para la producción artesanal) y sobre todo para que se les aperturen contactos e información sobre compradores, proveedores y el mercado en general (tales vínculos se tejen especialmente en las ceremonias familiares y amigables tal y como se analizó en el cuadro 06).

Así, grupos de familias se vinculan a otras en redes amigables, expandiendo los vínculos de reciprocidad y solidaridad, que se traducen en casos donde la petición de ayuda ya no puede ser satisfecha solamente con la ayuda familiar, sino con un apoyo extra.

Entonces vemos como las redes individuales se van expandiendo; lo interesante en este caso es que resulta siendo una fuente importante de capital social.

Cuadro N° 04:
CANTIDAD DE PERSONAS CERCANAS A SU HOGAR
INMEDIATO DISPUESTAS A APOYARLOS

Número de Personas Cercanas	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 a 2	20	25
Entre 3 a 4	40	50
Entre 5 a más	20	25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

El 50% de los encuestados dijeron que entre 1 a 4 personas están dispuestas a apoyarlos si repentinamente necesitaran de una pequeña cantidad de dinero. Mientras que un 25.0% refiere que entre 1 a 2 estarían con la disposición de apoyarlos económicamente y otro 25.0% de la población encuestada entre 5 a más personas estarían con la factibilidad de apoyarlos económicamente sobre todo por el vínculo familiar, amical y de compadrazgo.

Un punto central de las redes de amigos es el “pedido de ayuda”, en este sentido el capital en redes sociales con las que cuentan los artesanos plateros es cerrado, debido a que disponen de una cantidad limitada de amigos incondicionalmente dispuestos a apoyarlos, limitada en el sentido a que son personas que viven en las mismas circunstancias y condiciones que ellos. Sin embargo su aporte de “incondicional” le otorga un sobre valor importantísimo, del cual difícilmente dispone cualquiera.

Así Walter nos dice: *“Ah..Si pues...aquí somos bien patas...nos ayudamos mucho...eso si siempre y cuando seas chalay!!”*

Es importante señalar lo dicho por Walter, pues el sentido de identidad aparece cuando se tiene que prestar ayuda, poniendo énfasis en lo de “chalay”, pues sin esta característica, la ayuda no sería tan efectiva.

Por ejemplo en el siguiente cuadro, se podrá observar la “capacidad incondicional” de tales redes.

Cuadro N° 05
PODRÍAN CONTAR CON SUS VECINOS PARA QUE
CUIDEN DE SUS HIJOS POR UN TIEMPO

GRADO DE CONFIANZA CON VECINOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	50
Posiblemente	20	25
No	20	25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

La mayoría de los artesanos plateros afirmaron que un 50.0% que podrían contar con sus vecinos para que cuiden de sus hijos si repentinamente ellos tuvieran que viajar. Otro 25.0% manifestó que posiblemente según las circunstancias y por último un 25.0% dice que rotundamente no podrían contar con sus vecinos para dicha actividad.

Hablar del cuidado de hijos, significa un grado de confianza muy alto, se atribuye a que las relaciones con los vecinos son cercanas, pues se trata de parientes y familiares (quienes fijaron sus viviendas y o negocios proyectando la cercanía familiar).

© Lucho Veliz nos dice: *“...que sería de mi si no me ayudara la mamá de Nasha... Con quien dejo a mi hija menor...la señora es de mi confianza...sin ella no dejaría a nadie mi hija”*

Como vemos, la amplitud de las redes de amigos es pequeña, porque se asientan sobre bases familiares muy cercanas.

Como otro punto, la amplitud de las redes de amigos, se vincula también a hechos como la participación en ceremonias o fiestas por parte de las personas, debido a que esto les permite extender sus redes, asegurarlas, acercarlas y hacerlas permanentes; en este sentido:

Cuadro N° 06:
CANTIDAD DE VECES QUE PARTICIPARON EN
ALGUNA FIESTA O CEREMONIA QUE TENGAN EN COMUN LOS
ARTESANOS PLATEROS Y LOS VECINOS DEL DISTRITO.

N° DE VECES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 1 y 2	17	21.25
Entre 3 y 4	49	61.25
Entre 5 y 6	14	21.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El total de los encuestados, asegura haber participado en algún festival o ceremonia de los amigos, vecinos o parientes. El 61.25% dice haberlo hecho entre 3 y 4 ocasiones durante el año, un 21.25% dice que entre 1y 2 ocasiones y por otro lado un 21.0% manifiesta que entre 5y 6 ocasiones, estas fiestas refieren a las fiestas patronales y costumbristas según el calendario festivo y reuniones familiares como cumpleaños, bautizos y zafacasas.

Para los artesanos plateros y para el común del poblador jeronimense, participar en alguna ceremonia les permite entre otras cosas, extender su red social (dentro de la misma asociación obviamente), asegurar y acercar las que ya posee, pero además circular información que compete a su producción. De tal modo que una de las consecuencias más importantes que tienen las relaciones sociales, es la información que por ellas circula. Dado que la adquisición de la información es costosa, las personas utilizan sus redes o vínculos sociales con el fin de obtenerla. Este tipo de relaciones constituyen capital social como información transmitida en el ámbito de una red social

- *Walter Mendoza nos manifiesta: “ ...en la fiesta de la Virgencita del Carmen estuvieron casi todos de la asociación, se portaron bien, si hasta el mas tacaño me ofreció su apoyo con sus “chelas”...eso es lo de bueno ...a pesar de t*

❖ La Petición de Apoyo:

Para analizar la petición de ayuda de las redes amigables, es necesario conocer el motivo del porqué una persona ayuda a otra, solo así se conoce el valor real de este tipo de redes.

Así, Robinson Lindón²² señala que los individuos brindan asistencia en dinero o tiempo a amigos con la expectativa de tener una devolución del favor. Entonces, el capital social es útil cuando un favor es devuelto cuando se le necesita.

Desde este punto de vista (la asistencia económica²³), algunos individuos proyectan invertir en aquellos amigos con ingresos más altos o por lo menos iguales, quienes serán los que probablemente pueden asistirlos financieramente en el futuro. Así, observamos que:

Cuadro N° 07
DE NIVEL ECONÓMICO DE LAS AMISTADES

NIVEL ECONOMICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Similar	70	87.5
Inferior	30	3.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan.

➤ El 87.5 % de artesanos plateros calificó que los amigos que los apoyan y a los que ellos apoyaron en condiciones de urgencia, son del mismo nivel económico, solo un mínimo porcentaje tiene un nivel económico inferior.

Con el resultado del cuadro 07, se podría afirmar que existe una cierta tendencia a dar apoyo desde el punto de vista de la inversión financiera, lo cual es innegable, pues todo individuo antepone ante

²² Robinson L. "El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro". Pág.33

²³ Desde el punto de vista económico las redes sociales se manifiestan en la capacidad que tiene un individuo para invertir financieramente en amigos o parientes con la finalidad de obtener beneficios a largo plazo.

cualquier situación sus prioridades personales; pero esto no niega la existencia de apoyo con sentidos altruistas (sin esperar nada a cambio); de lo contrario ¿cómo sería posible concebir que un artesano platero ya establecido apoya a otro que pretende iniciarse en el oficio? Si todo se respondería desde el punto de vista financiero, lo que le quedaría a un artesano platero que apoya, sería una incertidumbre de esperar que su apoyado progrese o fracase (es decir, de que tenga la capacidad de devolverle o no el favor a largo plazo). En todo caso, la real respuesta se centraría en un hecho altruista, donde el artesano platero apoya a otro porque se solidariza con este (o bien porque compara sus experiencias personales donde el también necesito de apoyos para poder surgir, o bien porque comparte con estos otros relaciones de parentesco y familiaridad, que para el caso sería un motivo determinante).

En síntesis, las redes sociales son más amplias para los que poseen mejores ventajas económicas; lo que en los artesanos plateros no es demasiado visible, debido a que la mayoría posee las mismas características socioeconómicas y cuyas redes se centran primordialmente en la reciprocidad.

C. Redes de Grupo:

Estas redes hacen referencia a grupos menores que conforman los individuos al interior de una comunidad, localidad u organización. Son importantes porque permiten la integración de personas según objetivos primarios, que después promueve una integración más grande que facilita la participación e inclusión de todos los miembros y sus intereses. Los llamados subgrupos, hacen que el tejido se comprometa más e interactúe con los demás en consensos para el logro de objetivos comunes.

En el caso de los artesanos plateros. Estas se vinculan a grupos en base a dos razones: una de ellas es que las redes amigables se extienden hasta formar un grupo conformado por personas que comparten los mismos intereses u objetivos (clubes deportivos, grupos religiosos, etc.), la otra razón es que quienes se agrupan no

necesariamente comparten o extienden redes amigables, sino que los une la satisfacción de necesidades básicas (la pertenencia a programas como el vaso de leche, comedores populares, etc.)

- La señora Eustaquia Turín nos dice: “ *si pues...la mayoría de las mujeres artesanas estamos en las cofradías de la Iglesia, pero las “foráneas” están en esos clubs de madres...las artesanas mas antiguas estamos en nuestra iglesia”*

Es decir las redes de grupo no necesariamente son la extensión de las redes de reciprocidad y solidaridad (como si lo eran las redes familiares y amigables), sino mas bien son vínculos que se tejen en base a necesidades e intereses personales, pero que igual lleva el valor de relacionar a la gente para que actúe por objetivos comunes.

Para analizar este tipo de red es necesario conocer:

❖ La Participación de los Productores Artesanos Plateros en Grupos:

**Cuadro N° 08
GRUPOS Y ORGANIZACIONES SOCIALES A LAS QUE PERTENECEN O INTEGRAN LOS ARTESANOS PLATEROS**

GRUPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Grupos religiosos	65	81.25
Vaso de leche	2	2.5
Comedores populares	1	1.25
Club deportivo	12	15.0
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan.

➤ El 81.25 % de los encuestados, afirmó pertenecer a grupos o instituciones religiosas como, cofradías, catecismos o alguna iglesia no católica mientras que el 15% dicen pertenecer algún club deportivo.

La pertenencia y participación en grupos, se considera que fomenta las normas de reciprocidad, facilita la cooperación entre individuos y constituye un pilar de las redes sociales y por ende del capital social.

En tal sentido, el gráfico 02 nos muestra un buen capital social en cuanto a redes de grupo se refiere, ya que la mayoría pertenece a algún grupo lo que asegura la extensión de las redes sociales al interior de la organización de los artesanos plateros (porque la gente ya no solo interactúa con personas que conoce) y la fortificación de las redes con las que ya contaban (se unen más).

Sin embargo es necesario considerar también el rol fundamental que cumple “el tipo de grupo” al cual se pertenece. Si analizamos el cuadro 09, existen 4 tipos de grupos; 2 de ellos programas del estado que forman las organizaciones sociales de base como los comedores populares y el programa vasos de leche; otro grupo parte de la iniciativa de los artesanos plateros como medio de recreación a través del deporte. Y finalmente se encuentra un grupo que se consolida con gran fuerza en nuestra sociedad, las famosas Iglesias evangélicas (que son 3).

Con los resultados del gráfico 02 y el cuadro 09 se puede aseverar que, si bien es cierta la pertenencia a grupos es alta y dispersa, debido a que la mayoría de productores artesanos plateros pertenece a algún grupo de diferente tipo (generando síntomas de participación en el ámbito público que promueve acciones colectivas inclusivas). El tema de la participación se ve limitado por la concurrencia a grupos de interés privado (clubs deportivos, religiosos o de base), y no a aquellos grupos de interés público o altruistas; por esto se entiende que la participación no es cívica, sino vinculada al interés personal.

❖ **Los Intereses** que los llevan a participar:

Siguiendo con el tema del interés por participar, es evidente que todo ser humano se organiza en base a sus intereses personales, este hecho no puede ser para nada despreciable, sino al contrario

involucra más al individuo con su participación en la sociedad para conseguir sus propios objetivos. En el caso de los artesanos plateros por ejemplo se puede ver a través del siguiente cuadro, que la participación en grupos acarrea beneficios considerables para sus integrantes:

Cuadro N° 09
BENEFICIOS QUE GENERA PERTENECER
A ALGUN GRUPO U ORGANIZACIÓN SOCIAL.

BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejora la economía de mi hogar	73	91.25
No influye Mucho	2	2.5
Diversión / recreación	5	6.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un 91.25% de los artesanos plateros asegura que mejora la economía de su hogar el pertenecer a algún grupo y amplía sus redes sociales y comerciales, mientras un 2.5% refiere que no influye y un 6.25% lo hace por motivos solo de recreación.

Esto muestra que los intereses personales pesan en la elección para participar de algún grupo, pues a los encuestados se les pidió nombrar el grupo que ellos consideraran de mayor importancia para su vida (ya que la mayoría participan en 2 o 3 grupos). Observando en el cuadro 09, que se priman a grupos que los benefician económicamente.

❖ **Beneficios como Capital Social:**

El aspecto central de estas redes es que la participación en grupos promueve a que hogares con recursos económicos bajos,

encuentren en sus grupos un recurso fundamental de apoyo para la satisfacción de sus necesidades y además que promueva su participación en el ámbito público²⁴. Cosa que evidentemente sucede en los artesanos plateros, tal y como se vio en el cuadro 10 y que se puede complementar con el siguiente cuadro.

Cuadro N° 10
INGRESO MENSUAL / PERTENENCIA A GRUPOS U ORGANIZACIONES
SOCIALES DENTRO DE LOS ARTESANOS PLATEROS

INGRESO MENSUAL	PERTENECEN A GRUPOS		TOTAL
	Si	Solo en Asociación de artesanos	
Entre 300 y 499	35	8	43
Entre 500 y 699	10	10	20
Entre 700 y 899	5	1	6
Entre 900 y 1099	5	1	6
Entre 1100 y 1500	5		5
TOTAL	60	20	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

Lo que ayuda a constatar que efectivamente las familias con menores ingresos no pertenecen a grupos, porque son un recurso que les permite acceder a apoyos económicos (tal y como se apreció en el cuadro 10); en cambio un 20% tienen una mejor economía según las redes sociales y grupos a los que pertenecen, y los artesanos encuestados restantes poseen un nivel económico considerable, lo cual a la vez les ayuda a mejorar su participación en el ámbito público (para el caso de las mujeres quienes son las más relegadas de la participación, los grupos de base vienen siendo un impulso para promover su actuación en el ámbito público) factor que determina la calidad de estas redes como capital social.

²⁴ Debido a que los pobres son marginados de la participación en el ámbito público, las redes de grupo ayuda a que estos tengan mayor confianza para participar y poner en juego sus necesidades e intereses.

Por otro lado, según algunos investigadores²⁵, las redes de grupo más que favorecen a individuos, favorecen a que las relaciones “entre los grupos” promuevan la integración de una determinada comunidad u organización por objetivos comunes. Así, los autores que centran sus investigaciones en las relaciones que establecen diferentes grupos entre sí, muestran que las relaciones entre los grupos facilita la ampliación de las redes sociales dentro de una comunidad en busca de un bien común.

Por tanto, el fin del capital social desde las redes sociales de grupo, sería la ínter actuación de los subgrupos (que concentran en sus bases las necesidades de sus integrantes) para concensuar democrática e inclusivamente el objetivo de la colectividad.

Es importante resaltar que, la participación en grupos permite a los miembros extender y solventar sus redes sociales y con esto promover lazos fuertes de solidaridad y cooperación entre los productores de leche.

Por ejemplo, durante las encuestas realizadas, algunos artesanos plateros manifestaban que cuando la organización realizaba actividades pro fondos, el club deportivo contactaba con otros clubs locales para realizar campeonatos deportivos, donde también participaban las mujeres organizando sus propias competencias de voleibol entre los grupos de base a los cuales pertenecen. Además pese a que se nombra a algunas iglesias evangélicas como grupos que no interactúan con la vida social, se ha logrado identificar que algunas de ellas cumplen una labor comunal al promover el reforzamiento académico de los niños de los artesanos plateros (quienes vienen afrontando bajo rendimiento académico en sus escuelas).

Entonces, pese a que la participación en grupos dentro de la organización artesanal tenga una visión más egocentrada (que parte de

²⁵ VV. AA.

los intereses personales), los niveles de interrelación que se establecen entre estos grupos permite, como organización perseguir fines comunes en base a las necesidades y expectativas de la mayoría, abriendo paso a la inclusión y cohesión social.

En Síntesis:

Con toda la descripción sobre las redes sociales en los artesanos plateros, se puede concluir que estas parten de la familia como el primer escalón en la cadena de redes dentro la organización social de los artesanos plateros, que se prolongan en los amigos y hasta los grupos sociales que se conforman.

Cuando Luis Fernández nos dice: "...no! Mi familia es lo primero en todo, estamos trabajando la artesanía hace mas de 50 años desde nuestros abuelos, nos hemos ayudado de manera constante, sin interés, solo por que así es nuestra tradición, a ellos nos debemos en todo lo que tenemos"

En tal sentido, **las redes familiares** como capital social tienen un valor primordial para:

- Los artesanos plateros, porque al ser este tipo de red más cercana a cualquier individuo, permite que este lo utilice con facilidad para desenvolverse en la sociedad, mejorando sus condiciones de vida y alcanzado sus objetivos.

- La organización artesanal, porque implica el desarrollo de valores de solidaridad y reciprocidad (que se manifiestan en auxilios a parientes o familiares) que tienden a extenderse a niveles más colectivos.

Las **redes de amigos** como capital social son un recurso fundamental que se utiliza en el "pedido de ayuda" en situaciones de necesidad y en intercambio de favores entre los artesanos. Esta red es una extensión de las redes familiares, a la cual se recurre cuando las personas más cercanas ya no son capaces de solventar el apoyo solicitado por algún pariente, entonces se recurre a los amigos, quienes

brindan apoyos extra en formas altruistas (apoyan sin esperar nada a cambio) o financieras (esperando el retorno del favor que se prestó cuando les sea necesario).

El mismo Luis Fernández nos dice sobre el punto:
“...si...también los amigos son un buen apoyo, con Lorenzo Manrique nos ayudamos mucho, el lleva mi trabajo a Huánuco y yo llevo lo de el a Ayacucho o Lima ...así nos ayudamos”

Las **redes de grupo** son importantes para los artesanos plateros:

- Porque permite que estos prolonguen sus redes (conozcan a otras personas) o simplemente fortifiquen las redes con las que ya cuentan.

- Porque promueve la integración de personas según objetivos primarios, que después genera una integración más amplia que facilita que el tejido se comprometa más e interactúe con los demás en consensos para el logro de objetivos comunes.

Estas redes de grupo no necesariamente son la extensión de las redes de reciprocidad y solidaridad (como si lo eran las redes familiares y amigables), sino mas bien son vínculos que se tejen en base a intereses personales, pero que igual llevan el valor de relacionar a la gente para que coopere por objetivos comunes.

Algo importante que destacar en todo el análisis de las redes sociales en los artesanos plateros, es que como se pudo apreciar, estas tienen un sentido cerrado e íntimo (al guardar lazos de familiaridad y parentesco, estos tienden a tejer vínculos de solidaridad y reciprocidad “entre ellos mismos”, es decir son “una propiedad exclusiva de y para los artesanos plateros). Así estas redes cerradas involucran dos circunstancias antagónicas:

- Por un lado negativo, evitan que se tejan redes de solidaridad y reciprocidad entre personas ajenas, lo que evidentemente limita la movilidad social de los productores de leche.
- Por un lado positivo, promueve que las redes de solidaridad y reciprocidad se extiendan (de la familia, amigos y grupos) hasta formar una organización cohesionada, que comparte valores, objetivos e intereses comunes, que coopera y trabaja porque confía en los miembros de su organización (saben con quienes se está trabajando y por ende que resultados se obtendrá), y finalmente porque comparten las mismas necesidades que los llevan a organizarse y a buscar el bienestar colectivo (he aquí la base del capital social colectivo).

4.1.2. Lo Colectivo en la Formación del Capital Social:

Este se refiere a la institucionalización de las relaciones de solidaridad y ayuda recíproca en el marco de una organización, donde se desarrolla la confianza, cooperación y cohesión organizacional.

El capital social colectivo, como se vio, se asienta sobre uno individual, donde las redes sociales de solidaridad y reciprocidad que mantienen familias, amigos y grupos de los artesanos plateros, se extiende hasta la conformación de una organización integrada que desarrolla valores de confianza, cooperación y cohesión social.

Así, las redes personales se extienden hasta conformar una organización, porque dichas redes solamente son capaces de generar beneficios individuales (apoyo recíproco), pero, no son capaces de satisfacer intereses colectivos que solo se consiguen organizadamente (como el acceso a determinados bienes y servicios públicos).

Bajo este contexto es que se recurre al capital social colectivo, ampliando las redes familiares, amigables y de grupo hacia una red más grande que vincula a un colectivo, que comparte los mismos valores, intereses y necesidades.

La mayor ventaja que tiene la organización de los artesanos, al asentarse sobre relaciones individuales de reciprocidad y solidaridad, es que estos valores personales se transforman en valores colectivos que se manifiestan en una confianza, cooperación y cohesión organizacional. Así la confianza de pertenecer y trabajar en una organización, depende de que los miembros se sientan identificados con esta (en el caso de los artesanos plateros esto sucede porque al compartir relaciones muy cercanas con sus compañeros, saben que se puede esperar de trabajar junto a ellos), la cooperación que a su vez es una extensión de la confianza, es el trabajo por objetivos comunes apuntando al bienestar colectivo, y la cohesión social no es más que el resultado de los valores ya nombrados, que genera una organización integrada y unida.

En tal sentido se analizará lo siguiente:

I. Confianza:

Diversas corrientes de análisis, provenientes de variadas tradiciones teóricas consideran que la confianza constituye un factor fundamental para la cooperación y la coordinación social, sea en el campo de estudio de las comunidades, organizaciones, del desempeño gubernamental, del desarrollo, etc.

En nuestro país se registran bajos niveles de confianza, como lo indican las diversas encuestas. En este contexto, el análisis de la confianza en las organizaciones civiles y de su capacidad para coadyuvar a la generalización de la confianza, es sumamente relevante.

Algunos enfoques²⁶ utilizados para el análisis de la confianza, incorporan la idea de que esta permite reducir la incertidumbre respecto de la conducta de los otros. Se asocia a la familiaridad y a identidades compartidas, y su desarrollo implica un proceso de interacción reiterada. Se puede basar ya sea en el cálculo, en significados compartidos, en rutinas sociales o en características comunes.

²⁶ Enfoques basados en las teorías de la “elección racional” de Hardin, donde la confianza se basa en beneficios de largo plazo; y la teoría de “sistemas” de Luhman, que analiza la función que cumple la confianza.

Así, las teorías de la elección racional definen a la confianza como el conjunto de expectativas racionales, basadas en la comprensión del interés del otro con respecto al propio y en cálculos que sopesan los costos y beneficios de ciertos cursos de acción de quien confía o de la persona en quien se confía. Esta definición de la confianza ha sido criticada por su amplitud y por el hecho de que las personas no hacen cálculos complejos cada vez que deben confiar en alguien, ni disponen del tiempo y la información necesaria para estos cálculos. Si así fuera, la confianza sería muy rara.

Desde el enfoque de la teoría de los sistemas, la confianza es un mecanismo que permite a los actores reducir la incertidumbre a través de adoptar expectativas específicas sobre el comportamiento futuro del otro y predecir en alguna medida sus acciones, de manera rutinaria, no necesariamente producto del cálculo. Asimismo este enfoque distingue entre confianza personal, basada en la familiaridad y la confianza sistémica o confianza en el funcionamiento adecuado de ciertos sistemas. La primera forma es producto de la interacción previa o derivada de la membresía en un mismo grupo social. La segunda es propia de un orden social complejo en el que se tiende a perder la familiaridad, y la refuerzan mecanismos que, como la ley, limitan el riesgo de la confianza mal depositada.

Conviene insistir en que incorporar la idea de cálculo a la vez que el aspecto de creencia de la confianza es cada vez más frecuente en enfoques que llevan a cabo estudios empíricos. De ahí que la contraposición que se plantea en algunos estudios²⁷ entre perspectivas sociológicas y económicas entre identidad o creencia vs. Cálculo o riesgo no predomine en los análisis. En efecto, varios autores sostienen la combinación de los tipos de confianza, señalando la importancia de las normas, los códigos y los cálculos para generar una relación de confianza, y su inseparabilidad.

²⁷ Durand Ponte Víctor Manuel, "El imperio de la desconfianza: debilidad mexicana", Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Desde la perspectiva de estos enfoques, podemos analizar lo siguiente:

a.- Confianza Interna:

La confianza organizacional es un elemento central de las relaciones sociales que puede tener efectos al reducir la incertidumbre, favoreciendo la cooperación y haciendo que la interacción social sea más previsible y fluida entre los miembros de cualquier organización.

En este sentido, veamos cómo se encuentra la confianza al interior de los artesanos plateros.

GRAFICO N°1



Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

El 85.0% de los encuestados valoró positivamente la confianza que se puede tener en la mayoría de personas que viven en los centros artesanales en platería, un 8.0% manifiesta que está de acuerdo y solo 5.0% que está en duda y un 2.0% que está en desacuerdo o desconfía.

El gráfico 03, muestra que las expectativas de confianza son altas. Ahora, para entender porque la confianza entre los miembros de los artesanos plateros es alta, se debe analizar el origen de esta; así la confianza puede proceder de la interacción interpersonal repetida (confianza por experiencias ocurridas en el pasado), o bien del conocimiento general que se tenga de los actores o de los incentivos que representan.

En todo caso la confianza se da por:

❖ **Expectativas de Apoyo:**

Las expectativas de recibir apoyo cuando alguien lo necesita, son muestras de confianza porque involucra: “fiarse de que ante una urgencia, el otro, estará dispuesto a brindar su apoyo”, y “que la persona que ayudó confíe en que el favor le será devuelto cuando le sea necesario”. Entonces se habla de expectativas de apoyo mutuo, basados en la confianza hacia el otro.

En los centros artesanales las expectativas de recibir ayuda significan confianza porque existe un alto grado de expectativas de apoyo tal y como se verá en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 11
LAS PERSONAS QUE PERTENCEN A LOS PRODUCTORES
ARTESANALES PLATEROS ESTAN DISPUESTAS A APOYAR CUANDO ES
NECESARIO

COMPROMISO DE APOYO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	70	87.5
De acuerdo	5	6.25
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2.25
En desacuerdo	3	3.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un 87.5% de la población encuestada nos da a conocer que si están dispuestos a apoyar económicamente en labores sociales o a algunos pobladores en particular.

➤ Solo el 3.75% de los encuestados manifestó que, los artesanos no están dispuestas a apoyar cuando alguien lo necesita. Esto porque seguramente sus expectativas de recibir ayuda fueron defraudadas.

Según Coleman²⁸, la confianza en las relaciones de apoyo mutuo es un recurso fundamental como capital social porque permite tejer vínculos de lealtad al interior de una organización.

❖ Relaciones de Parentesco y Familiaridad:

Este origen de la confianza, se sustenta en las relaciones de familiaridad y parentesco que mantienen los miembros de una determinada comunidad, así Anheier y Kendall,²⁹ aseguran que los miembros de organizaciones que comparten comunidad, intereses y/o valores, lazos de familiaridad y amistad, las situaciones de vida, aspiraciones, problemas, actividades económicas, creencias, etc. desarrollan fuertes lazos de confianza y con ello actúan cooperativamente.

²⁸ Coleman James, en Michael Woolcock y Deepa Narayan. "Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre desarrollo".

²⁹Anheier y Kendall en Durand Ponte Víctor Manuel, "El imperio de la desconfianza: debilidad mexicana", pág. 89

GRAFICO N° 2



Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Entre el 38% y el 33% de los artesanos plateros afirman que es mucho más viable confiar en familiares y amigos. Un 18.0% manifiesta que es más confiable hacerlo con una institución financiera y un mínimo de los artesanos refiere que acudiría a personas notables del distrito y a los proveedores

Según el gráfico 04, la confianza en familiares y amigos es más positiva que en el caso de colectivos más lejanos (personas de la zona y proveedores de productos artesanales por quienes la confianza es mínima). Este resultado también se respalda con el cuadro 02³⁰, donde observamos que el 65.1% de los productores artesanos plateros compartían relaciones de familia o parentesco generando confianza cercana e íntima.

❖ Relaciones de Confianza Reiteradas:

Otro origen de la confianza se basa en las rutinas, es decir en la reiteración de acciones confiables que permiten que las personas conozcan y tengan seguridad sobre la acción del otro.

³⁰ Vista en redes familiares. Pág. 46.

Dichas relaciones reiteradas de confianza entre los artesanos plateros, se explica a partir del tiempo de permanencia que tienen sus miembros en la organización, porque esto implica que se desarrollen relaciones “repetitivas de confianza”. Así:

Cuadro Nº 12

TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS

TIEMPO DE PERMANENCIA	EN LA ASOC. ARTESANOS SE LLEVAN			TOTAL
	Ni bien ni mal	Bien	Muy bien	
Entre 1 y 5 años	26	10	7	43
Entre 6 y 10 años	6	5	3	14
Entre 11 y 20	4	5	3	12
Entre 21 y 30	4	5	2	11
TOTAL	40	25	15	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

✓ El 43.0% de los artesanos manifiesta que su tiempo de permanencia en la asociación es entre 1y 5 años, un 14.0% dice tener entre 6 y 10 años de permanencia, otro 12.0% entre 11y 20 años y por ultimo un 11.0% entre 21 y 30 años.

✓ La mayoría de personas que tienen un tiempo menor de permanencia en la Asociación de Artesanos, tienen una percepción mucho más positiva de la relación que hay entre los productores, mientras que los que tienen una visión más negativa, son aquellos productores cuya permanencia es la más antigua.

El hecho de que las personas que llevan menos tiempo de permanencia en la Asociación de Artesanos tengan una valoración más positiva sobre la relación que hay entre los productores, significa que existe un buen clima de confianza entre dichas personas y por ende de

bienestar colectivo. Por eso algunos autores dan razón a que las relaciones de apoyo mutuo permanente, generan lazos fuertes de confianza y un sentimiento de bienestar colectivo.

❖ **Normas Informales de Confianza:**

Una base central de la confianza, se da en forma de normas informales (de coerción colectiva) que favorecen (como nombra Durand Víctor³¹) determinadas conductas y constriñen otras, para así poder asegurar la no defraudación de las expectativas de confianza en una organización.

Todo esto se expresa a través del siguiente cuadro, donde la existencia de normas informales se manifiestan a través de la presión colectiva de la crítica y la desconfianza que pueden signar a las personas que incumplen con las expectativas de confianza depositadas.

Cuadro N° 13
RAZONES PARA LOGRAR UNA CONFIANZA ENTRE PRODUCTORES
ARTESANOS PLATEROS.

RAZONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Porque si no son mal vistos por los demás	50	62.5
Porque son familiares y amigos	20	25
Porque nunca te defraudan	5	6.25
No confían	5	6.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un 62.5% de encuestados refirió, que los artesanos plateros que defraudan la confianza de alguna forma, son señalados y mal vistos por los demás.

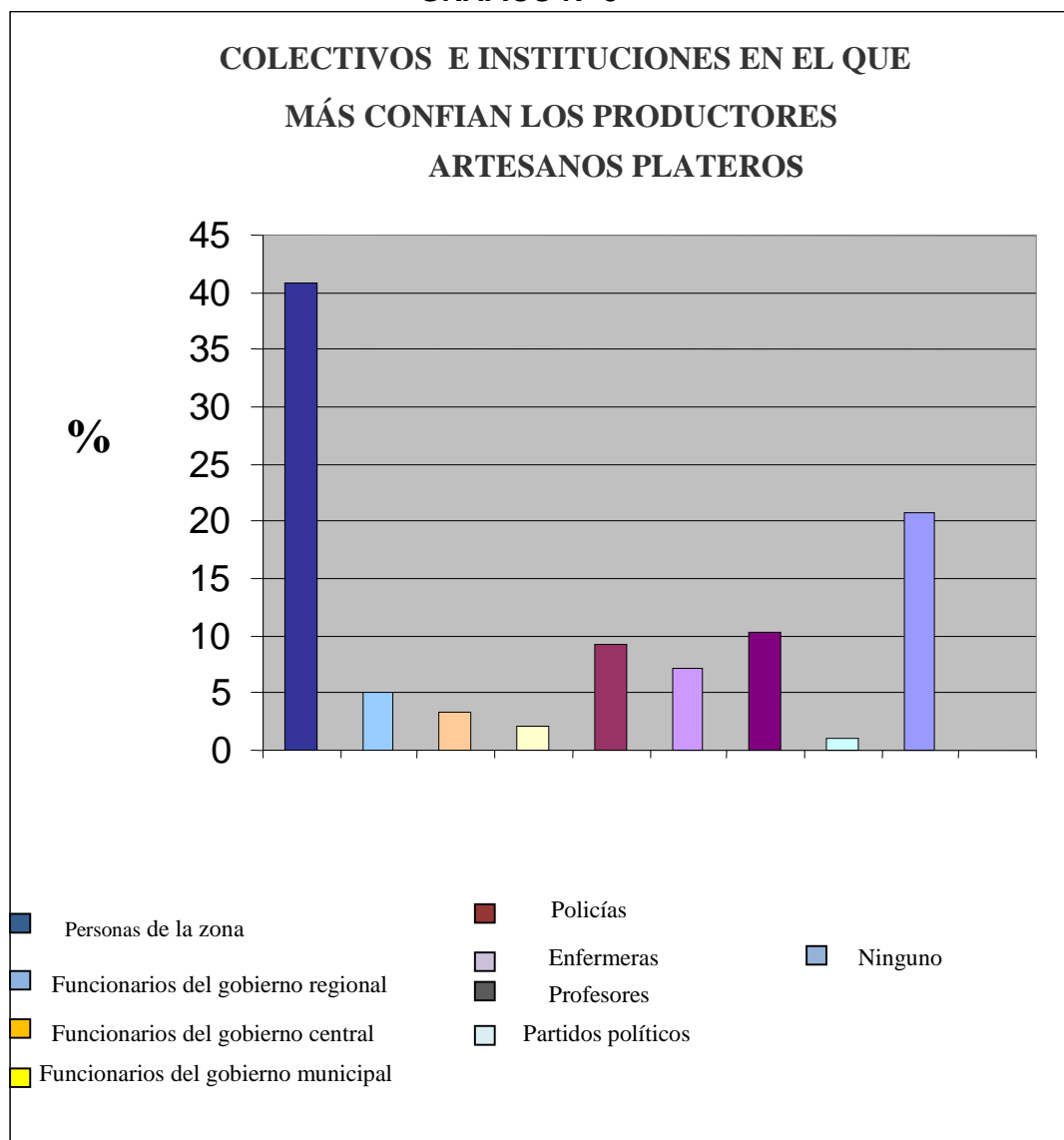
³¹ Id. Pág. 61

Cabe resaltar en este mismo cuadro, que como vimos anteriormente, los orígenes de la confianza sustentadas en relaciones de familiaridad y relaciones reiteradas, son una fuente importante de confianza.

b.- Confianza Externa:

Este tipo de confianza se sustenta en interacciones que una organización entabla con colectivos “externos”, cuya relación confiable es poco frecuente e implican escasa intimidad, por tanto los lazos son débiles, en ellos actúa el principio de heterofilia, que describe relaciones entre dos actores con recursos disímiles y características distintas (Durand Víctor).

GRAFICO N° 3



Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 40.9% prefiere confiar más en personas de la zona, mientras que un inquietante 20.8% indica no confiar en ninguno de los colectivos señalados y los demás manifiestan confiar en diversos instituciones y personas que trabajan en el distrito.

Se observa en este gráfico que los artesanos plateros confían más en personas de la zona, es decir los paisanos o de personas de las zonas colindantes, antes que en otros colectivos, porque sus relaciones pese a no ser muy permanentes, son más cercanas y por ello existen más probabilidades de establecer relaciones de confianza con colectivos más próximos.

Luís Sánchez Capcha nos dice: “...en ellos no se pueden confiar, si en los emigrantes, ellos trabajan para su “gente” o para otros, siempre es preferible trabajar y confiar en nuestros chalay, mejor si es tu familia”

Por tanto, se concibe que la participación u otro tipo de vínculos de los artesanos plateros con organizaciones fuera de la Asociación, no ha sido posible justamente a razón de la limitada confianza que estos tienen hacia dichas instituciones, de ahí que prefieren mantener sus relaciones cerradas solo para con los miembros de la Asociación.

Además, es necesario resaltar que según el gráfico 05, los niveles de confianza son muy bajos para instituciones gubernamentales. Se supone que la confianza se crea desde arriba: las instituciones políticas que deben ser percibidas como justas y razonablemente eficientes, incrementando la probabilidad de que los ciudadanos confíen en ellas. Sin embargo como bien sabemos, estas instituciones no gozan precisamente de la confianza de la ciudadanía, por lo que la legitimidad de estas instituciones y los niveles de compromiso cívico de los ciudadanos son muy limitados.

c.- Confianza en el Futuro:

Esta se basa en:

❖ Estabilidad en las Relaciones de Confianza:

Significa que las relaciones de confianza que mantienen los artesanos plateros deben mantenerse o mejorar con el paso de los años para que la organización asegure su unidad en base a tal valor. Así:

Cuadro N° 14
EL NIVEL DE CONFIANZA ENTRE LOS PRODUCTORES ARTESANOS PLATEROS

Nivel de Confianza	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejorado	13	16.25
Mantenido	67	83.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ La mayoría de encuestados señalaron que los niveles de confianza en la Asociación artesanos plateros (durante los últimos cinco años) se han mantenido, mientras que un significativo 16.25% refieren que la confianza ha mejorado y un 83.75% responde que la confianza entre los artesanos plateros se ha mantenido.

El cuadro 14, muestra que los niveles de confianza en la Asociación de artesanos se mantienen, esto porque según los entrevistados, la confianza entre los miembros de la Asociación siempre ha sido muy sólida, debido a razones que se menciono con anterioridad; sin embargo, el hecho de que una buena cantidad de personas manifiesten que la confianza haya mejorado, se debe a que esta se ha tornado mucho más íntima y cerrada en los últimos años, a razón de que los niveles de inseguridad social, la exclusión de sectores sociales y la atomización que viene enfrentando la sociedad, hacen que localidades y organizaciones pequeñas tomen medidas extremas de protección de sus miembros mediante sus comunidades cerradas.

❖ Estabilidad Socioeconómica:

Refiere a la seguridad que les genera a los artesanos plateros su actividad (que los debe solventar socio económicamente a futuro).

El cuadro 15 que se presenta a continuación, expresa la confianza de los artesanos plateros respecto a si la actividad que ellos realizan les provee estabilidad a futuro. Así:

Cuadro Nº 15
LA ARTESANIA ES LA ACTIVIDAD QUE LES GENERA ESTABILIDAD
ECONÓMICA

PORQUE Y/O MOTIVO	LES GENERA ESTABILIDAD:		TOTAL
	Si	No	
Los trabajos artesanales	0	28	28
Siempre viven de la artesanía	40	2	42
Es mi única fuente de trabajo	2	5	7
Le da ingresos a mi familia	1	2	3
TOTAL	43	37	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 36.2% asegura que trabajar la artesanía platera les proporciona estabilidad económica porque su actividad es fundamental para la alimentación de las personas. Pero un 34.2% niega dicha estabilidad porque creen que la hay un mucha competencia de otros artesanos plateros

En términos generales, la mayoría de los artesanos plateros ve en su actividad su fuente de estabilidad, no obstante, no puede

negarse que la competencia de otros productores con mayor capital y tecnología es cada día mas, lo que indudablemente es una gran preocupación para familias enteras que se dedican generacionalmente a tal actividad.

Con tales resultados, observamos que la confianza en el futuro se encuentra en riesgo, esto porque al haber mayor competencia con otros, las personas tenderían a movilizarse para buscar otras fuentes de trabajo u otros lugares que proporcionen mejores condiciones de mercado. En tal caso, la ruptura de las relaciones cercanas e íntimas sería inevitable y mortal para la organización de los artesanos plateros.

Veamos el siguiente cuadro que expresara si prefieren migrar fuera de la Asociación o permanecer en ella.

Cuadro Nº 16
PERMANENCIA EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PLATEROS O
MIGRAR A ALGÚN LUGAR

EDAD	LES GUSTARÍA:			TOTAL
	Permanecer	Migrar	No Saben	
Entre 15 y 20 años	7	18	0	25
Entre 21 y 30 años	7	4	0	11
Entre 31 y 40 años	20	2	0	22
Entre 41 y 50 años	10	4	5	19
Entre 51 y 60 años	3	0	0	3
TOTAL	47	28	5	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Si se les diera las posibilidades de migrar solo al interior del país a las personas que afirmaron interés por la migración, esta no

sería viable desde su punto de vista, porque se sienten mucho más seguros en la Asociación. Sin embargo el extranjero les significa grandes oportunidades para mejorar sus vidas (aún si estas fueran a países de Latinoamérica).

Ahora bien, sobre las personas que pensarían en emigrar del país si se les diera la oportunidad, sus razones son válidas no solo porque la situación de nuestro país es inquietante, sino especialmente porque el permanecer en la Asociación de productores artesanos plateros a largo plazo, no les asegura un futuro prometedor (la competencia cada día es mas), cosa que no asumen las personas de mayor edad al ver en la Asociación, su único futuro.

En Síntesis:

La confianza entre los miembros de la Asociación artesanos plateros (o llamada **confianza interna**), es alta según los resultados de la encuesta aplicada para la presente tesis, situación que como capital social favorece a la cooperación y a una interacción social más previsible y fluida entre los miembros de la organización.

Así, los orígenes de la buena confianza que se tienen los productores artesanos plateros se basan en las expectativas de apoyo reciproco (fiarse de recibir apoyo del otro, cuando se le necesita), en las relaciones familiares y de parentesco (al compartir dichas relaciones hay más confianza para cooperar), en las relaciones de confianza reiteradas (cuando se deposita la confianza una vez y esta es bien devuelta se repite la relación hasta convertirse en rutina creando lazos de fidelidad) y finalmente, en las normas informales de confianza (que mediante la presión colectiva impiden la defraudación de la confianza depositada).

Dentro del análisis de la confianza en la Asociación de productores artesanales plateros también se observó la **confianza externa**, es decir la confianza que mantienen con otras organizaciones ajenas y lejanas a la suya.

Aquí se comprobó que la confianza que tienen en colectivos lejanos (como el gobierno regional o central) es poca, mientras que para colectivos más cercanos (como la municipalidad distrital) es más regular. Esto sucede porque la relación confiable con estos colectivos es poco frecuente e implican escasa intimidad, por tanto los lazos son débiles.

Para el caso del capital social esta escasa confianza externa permite que se desarrollen lazos más fuertes entre los productores artesanos plateros, creando una confianza restringida a los miembros como un recurso privado que beneficia solo a quienes participan de ella, tendiendo así a construir un capital social cerrado (lo que también conlleva a una exigua movilidad social).

Pese a todo lo analizado, es notable mencionar que **la desconfianza en el futuro** es un factor que jugaría en contra del capital social cerrado de la Asociación de artesanos plateros, porque según los datos obtenidos de la encuesta, un gran número de ellos no se siente estable de la actividad que realiza (porque la competencia con otros tienen mayor capital económico y tecnológico), ello originaría que las personas busquen la dedicación a otra actividad o migrar fuera de la Asociación.

Entonces, este es un reto que deben afrontar los Artesanos plateros aprovechando su capital social para enfrentar una problemática que fantasmalmente se avecina.

II. Cooperación

En el tema de la cooperación, los intereses de los investigadores se centran en entender las razones que mueven a los individuos a participar y a actuar dentro de un colectivo, antes que fijarse en los beneficios que pueda generar su acción colectiva (porque sus resultados son amplios para las sociedades que la desarrollan).

Así algunos autores han tratado de explicar la cooperación desde la existencia y acción de un colectivo, no pretendiendo prever lo que hará una persona, sino cuándo y cómo un cierto número de personas actuarán conjuntamente con un mismo propósito.

Entender que varios individuos actúen conjuntamente en función de un mismo objetivo es un hecho que exige explicación. Desde el punto de vista de la teoría de la decisión racional, esto se comprende porque algunos individuos comparten los mismos intereses, y por tanto actuarán conjuntamente para alcanzar la satisfacción de sus necesidades.

Sin embargo, esta teoría recibe críticas, en la medida de que es posible que en un colectivo siempre exista la tentación de no actuar por el beneficio general (por ejemplo el *free rider*³²), pues existe la posibilidad de que actuar individualmente genera mayores beneficios que haciéndolo colectivamente³³.

Entonces, las motivaciones que llevan a las personas a actuar cooperativamente, son diversas, sin embargo se las puede considerar en dos básicas:

Una de ellas es la aproximación de Olson. Su principal idea es la existencia, junto a los intereses que comparten los miembros del colectivo, de *incentivos selectivos*. Es decir, para que la cooperación sea posible debe existir un mecanismo que incentive la participación, en la forma de beneficios privados (sean morales o materiales, es decir beneficios de reconocimiento social o económicos).

Desde la visión de Jon Elster, la cooperación colectiva se da en función de los valores morales, sin esperar una utilidad del

³² La paradoja del *free rider*, es que para una parte del colectivo el precio de la acción colectiva es superior al beneficio individual que les puede reportar y, consiguientemente, puede suceder que la movilización no se produzca o sea mucho más reducida de lo que cabría esperar en función de las dimensiones del colectivo que posee una comunidad de intereses.

³³ Olson, M. en Ludolfo Paramio. "Decisión racional y acción colectiva".

comportamiento. Es decir, individuos que no adoptan una estrategia cooperativa o altruista por haber decidido o aprendido que es lo mejor para sus intereses individuales, son personas movidas por una compulsión al cumplimiento de lo que entienden es su deber. Se plantean lo que es moralmente correcto, lo que todo el mundo debería hacer y en consecuencia se sienten personalmente obligados a hacerlo.

Por tanto se advierte que, cuando un colectivo que comparte los mismos intereses actúa de forma coherente para alcanzarlos, estamos ante un hecho que exige explicación. Sin embargo, si se parte de este marco cabría pensar que la cooperación no sólo es algo que hay que explicar, sino más bien una anomalía, una excepción. Y, sin embargo, como todo el mundo sabe, cooperación existe y mucha. Entonces, puesto que la cooperación colectiva es un fenómeno socialmente observable, hay que ver qué condiciones o rasgos pueden explicar su existencia.

Así, investigaciones empíricas han demostrado que la acción colectiva está determinada por los siguientes factores:

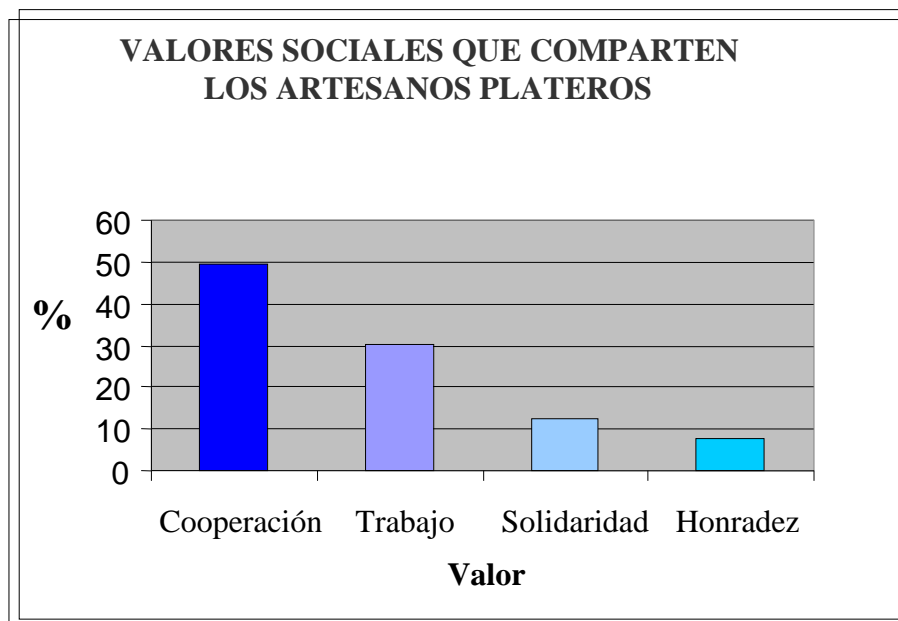
- Los valores compartidos por los participantes en la cooperación colectiva, entre los que resaltan la solidaridad, la reciprocidad y la confianza, todos ellos en contraposición a los individualismos.
- Las normas de conducta de los miembros de la cooperación, tales como el cumplimiento de compromisos, la disciplina, el respeto y la disposición a la autocrítica.
- La existencia de liderazgos innovadores capaces de conducir el desarrollo colectivo para contribuir no sólo al éxito de la cooperación, sino que a su sostenibilidad.

Estos factores serán analizados a continuación:

a) Valores Compartidos:

El valor social que más comparten los artesanos plateros es:

GRAFICO N° 4



Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

El 50.0% refiere que el valor social más apreciado por los artesanos plateros es la cooperación, otro 30.0% responde que viene a ser el trabajo un 12.0% refiere a la solidaridad y un 8.0% dice que radica en la honradez.

Cabe destacar de estos resultados, que además de la cooperación como el valor que más aprecian los artesanos plateros de sus demás compañeros, se encuentran valores como el trabajo (porque se afirma que son personas empeñosas y dedicadas a su labor), la solidaridad (porque los productores de leche tienen una buena predisposición para ayudar a su prójimo), y la honradez (porque hacen las cosas con rectitud y honestidad). Es decir los artesanos plateros tienen una valoración muy positiva de los demás miembros de la Asociación, lo que conlleva a que la cooperación colectiva sea fluida y organizada.

Así mismo, el hecho de que la mayoría comparta un valor tan importante como la cooperación, genera un sentimiento colectivo de unidad, existiendo una predisposición a colaborar por la consecución de objetivos (razón que le hace ser capital social).

En tal sentido (y como lo plantean los investigadores de la cooperación), se tendría que analizar las motivaciones que llevan a los artesanos plateros a actuar cooperativamente. Así, se podría afirmar que existen tanto motivaciones altruistas, como racionales.

❖ **Motivaciones Altruistas:**

Las redes sociales que identificaban reciprocidad y solidaridad en los vínculos entre amigos, grupos y familiares en la Asociación de artesanos plateros, se hacen presentes en la explicación de las motivaciones altruistas que mueven a los artesanos a actuar

Así, es más fácil actuar cooperativamente en una organización, cuando hay vínculos cercanos y de confianza entre los miembros. Pues lo que motivará la acción, será la identificación de las personas con la organización, y además el hecho de compartir con ellos las mismas necesidades, circunstancias, relaciones e intereses.

De este modo, la motivación altruista en la Asociación de artesanos plateros puede ser comprendida a través de los siguientes cuadros:

Cuadro N° 17
PROBABILIDADES DE ORGANIZACIÓN PARA APOYAR A ALGÚN
MIEMBRO DE LA ASOCIACIÓN.

Probabilidades de Apoyo	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muchas	67	83.75
Algunas	13	16.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 83.75% de las personas afirmaron que las probabilidades de organización en la Asociación de artesanos plateros para apoyar a algún miembro que afronta algún suceso desafortunado, son muchas y solo un 16.25% manifiesta que no estaría de acuerdo.

Cuadro N° 18
FORMAS DE CONTRIBUCION DE LOS ARTESANOS PLATEROS EN SU
BENEFICIO

Formas de Contribución	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con tiempo y dinero	70	87.5
Solo con tiempo	10	12.5
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ La mayoría de los artesanos plateros manifestaron que contribuirían con tiempo y dinero a algún proyecto que no los beneficiara directamente (siempre y cuando proporcionara de beneficios a otras personas de la Asociación).

Con los resultados de los cuadros 17 y 18, podemos comprobar que la acción cooperativa en la Asociación de artesanos plateros se encuentra sólida y que tiene fines altruistas.

❖ **Motivaciones Racionales:**

Según la teoría de Olson³⁴ los intereses comunes entre un grupo de personas no son razón suficiente para que las mismas lleguen a un consenso, se organicen y actúen voluntaria y cooperativamente. Para que esto suceda, deben existir también los llamados incentivos personales (beneficios individuales que genera cooperar en alguna organización). Pues si los incentivos no son lo suficientemente fuertes, la organización no trabajará colectivamente, pues toda organización tiene algún costo para sus miembros, un costo en tiempo, monetario, emocional o de cualquier otra índole. Por lo tanto, si las ventajas esperadas de pertenecer al grupo no llegan a superar los costos, no tiene sentido pertenecer voluntariamente al mismo.

Según lo que afirma Olson, la cooperación tendría un sentido de cálculo racional, donde la persona como todo ser humano no puede evitar analizar los beneficios y costos que les generan determinadas acciones.

En la Asociación de artesanos plateros se puede notar que este aspecto, hace que la acción cooperativa sea mucho más sólida. Pues como veremos a continuación en el cuadro 19, el hecho de pertenecer y participar en la Asociación les genera a sus miembros el acceso a algunos servicios.

³⁴ Id. Pág. 80.

Cuadro N° 19

ACCESO Y BENEFICIOS EN SERVICIOS DESDE SU PERTENENCIA A LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ARTESANOS PLATEROS

ACCESO Y BENEFICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Insumos para la producción	45	56.25
Agua y electrificación	5	6.25
Crédito o ahorro	10	12.5
Alimentación	2	2.5
Educación	18	22.5
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 56.25% de los entrevistados dicen que pertenecer a esta organización les ayuda a tener acceso a insumos para la producción, un 6.25 les beneficia con el acceso a los servicios básicos, un 12.0% le ayuda con el crédito y ahorro y un 25.0% les ayudo a mejorar sus necesidades básicas de alimentación y educación.

El acceso a servicios básicos y de producción es fuente de motivación para participar y cooperar en la Asociación, porque individualmente no hubieran podido acceder a tales servicios; su organización y cooperación fueron los costos colectivos que debieron pagar para conseguir mejores condiciones de vida. Entonces la cooperación representa un esfuerzo necesariamente realizado para conseguir la satisfacción de necesidades tanto individuales como colectivas.

b) CONSENSO EN LOS OBJETIVOS:

Es importante destacar que una condición necesaria para que la Asociación de artesanos plateros se organice y coopere, es que haya consenso en los objetivos que guían la acción de los miembros de la organización. Si existe o no consenso en los métodos para lograr el objetivo es una condición deseable pero no estrictamente necesaria.

En este sentido, veamos que dicen los objetivos y fines (inscritos en el estatuto de la organización) y como se identifican los miembros de la Asociación de Artesanos plateros con estos:

❖ **Objetivo:**

“Mejorar la calidad de la producción artesanal platera en base al esfuerzo, la dedicación y el trabajo disciplinado, para ofertar garantía al mercado Local, Regional y Nacional”.

Cuadro N° 20
OBJETIVO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ARTESANALES
PLATEROS

OBJETIVO DE LA ASOCIACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Esforzarnos por producir artesanía de calidad para vender más en el mercado.	45	56.25
Con mucho trabajo mejorar los diseños para elevar la cantidad y vender mejor.	15	18.75
Vender productos industrializados de buena calidad.	15	18.75
No saben / no se acuerdan	5	6.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ La mayoría de encuestados tiene idea del objetivo que persigue la Asociación de artesanos plateros como organización. Un 56.25% tiene como objetivo esforzarse por producir artesanía de calidad y poder mejorar su mercado, un 18.75 refiere a mejorar e innovar en sus diseños, otro 18.75 dice que sería mejor tener productos industrializados con tecnología de punta, y un 6.25 no sabe ni opina.

El cuadro 20 muestra que las respuestas son dispersas, pero que la mayoría de estas poseen el contenido del objetivo original que plantea la organización, es decir, que saben cuál es su objetivo y

por consiguiente la acción cooperativa se encuentra sustentada en bases reales de identificación de sus miembros.

❖ **Finalidad:**

“Lograr ser líderes del mercado local con una producción de calidad”.

Cuadro N° 21
FINALIDAD DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ARTESANALES
PLATEROS

FINALIDAD DE LA ASOCIACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ser líderes en el mercado	60	75
Tener una producción de calidad	15	18.75
Ser los mejores en la venta artesanal	5	6.25
No saben / no se acuerdan	0	0
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 75% de artesanos plateros formulo la respuesta sobre la finalidad de la Asociación de artesanos plateros de ser líderes, un 18.75 manifiest5a en tener producción de calidad, otro 6.25% refiere a mejorar sus ventas.

Cabe resaltar además, que la naturaleza y la complejidad de los objetivos de una organización determinarán tanto las posibilidades de que exista el consenso como los incentivos necesarios para la cooperación colectiva. En la Asociación de artesanos plateros observamos que los objetivos tienen una naturaleza fundamentada en el trabajo y el interés de cada persona, lo que hace posible que la mayoría se sienta identificada, la conozcan y busquen orientarla colectivamente.

c) Normas:

Cuando las normas existen y son efectivas, implican una poderosa fuente de capital social. Una de estas normas, que constituyen la base de esta fortaleza, es la búsqueda del interés colectivo en vez del individual. A su vez, la capacidad de diseñar reglas que generen mecanismos estables de ayuda mutua y sanciones claras y efectivas, facilita la acción cooperativa y reducen el comportamiento del *free-rider*.

Las normas en la Asociación de productores artesanales plateros para la acción cooperativa, se dan tanto a nivel formal como informal:

❖ Normas Formales:

Este tipo de normas se instauran a través de un estatuto, que sirve de reglamento interno en la Asociación. Estas reglas incluyen las que definen los deberes y derechos de las personas que participan, la distribución de los beneficios de cualquier acción, y de manera muy importante, las que permiten prevenir y castigar los problemas de corrupción al interior de la organización.

Así veamos a continuación la identificación de los artesanos plateros con el estatuto:

Cuadro N° 22
CONOCIMIENTO DE EL ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PLATEROS

Conocimiento del Estatuto	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	78	97.5
No	1	1.25
No completamente	1	1.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Solo un 1.5% de los artesanos plateros negó conocer su estatuto, el 97.5% responde si conocer las normas y cláusulas estipuladas en el estatuto de la Asociación de Artesanos Plateros del distrito en mención.

Jesús Vargas, ex Presidente de la Asociación de Artesanos Plateros nos dice como testimonio: "...ellos saben sus obligaciones, es que el estatuto lo hicimos con la participación de todos los asociados...por eso lo conocen bien!"

Cuadro N° 23
LO CUMPLEN

Cumplimiento del Estatuto	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	75	93.75
Casi siempre	3	3.75
No	2	2.5
Casi nunca	0	0
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 93.75 % de los encuestados refirió que si cumplen con las normas del estatuto de su organización, logrando así una mejor convivencia y respeto entre ellos mismos, un 3.75% manifestó que casi siempre se ha cumplido con las reglas establecidas en el estatuto ya que eso es lo que les permite tener un mejor orden dentro de la asociación, y un 2.5% señaló que no se cumple con el estatuto establecido aunque el porcentaje no es muy relevante se tendrá en cuenta para el fortalecimiento de la organización y la identidad que se vive en ella.

Según los cuadros anteriores, cabría preguntarse sobre el por qué la mayoría conocen y ponen en práctica la normatividad de su estatuto, la respuesta se encuentra en que desde su creación, el estatuto es resultado de amplios debates y concertaciones donde todo artesano platero participa, (debido a que son conscientes de la magnitud que esto implica para el destino de su organización y su vida).

Sin embargo lo que interesa al tema de la cooperación son los beneficios que genera la existencia de una normatividad legitimada. En este sentido, sabemos muy bien que como dijera Olson “Toda persona se siente tentada a no contribuir en la organización”, en esos momentos es fundamental el papel que desempeñan los reglamentos, porque impiden que las personas no se enfoquen en buscar solo el bien individual, sino interpongan primero el bienestar colectivo (como castigar actos de corrupción que involucren a la larga la pérdida de confianza y con ello la paulatina desintegración social). Esta idea tiene una visión coercitiva (cuyas dosis son muy necesarias en los casos organizativos), sin embargo como ya lo hemos comprobado, no es el único motor que mueve a la cooperación en la Asociación.

Así para entender el rol que cumple la normatividad formal en el desempeño de la cooperación en la Asociación de artesanos plateros, veamos el siguiente cuadro.

Cuadro N° 24
TRABAJAN COLECTIVAMENTE PARA BENEFICIO DE LA ASOCIACIÓN DE
ARTESANOS PLATEROS.

LA PARTICIPACIÓN FUE:	TRABAJARON
	SI
Voluntaria	5
Obligatoria	5
Ambas	70
TOTAL	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Este cuadro muestra que el 70% de los artesanos plateros demuestran una participación tanto voluntaria como obligatoria ya que la cooperación (el trabajo colectivo) en la Asociación es muy importante para su estabilidad como organización y el reconocimiento de que pertenecen a un determinado grupo social, además de asentarse en bases de normativas formales efectivas (que implican obligaciones a contribuir para no ser sancionados), se asientan también en una conciencia real que tienen, para trabajar colectivamente porque son conocedores de los beneficios colectivos y finalmente que acarrearán beneficios individuales.

Por tanto, las normas formales surgen efectos para institucionalizar los lazos de cooperación que hay en la Asociación (como los artesanos plateros son conscientes de los beneficios que trae la cooperación, entonces instauran normas para asegurar que esta se encuentre siempre presente).

Así, en dicha institucionalización de las relaciones de cooperación, también se están institucionalizando los lazos de reciprocidad, solidaridad y confianza que en definitiva mejoran el funcionamiento del colectivo.

❖ **Normas Informales:**

Las reglas informales son aquellas que cotidianamente los miembros de la Asociación de artesanos plateros desarrollan sin necesidad de que estas se encuentren formalmente establecidas. Se fundamentan más bien, en el uso permanente que le dan las personas para sancionar acciones que atentan contra la organización y la cooperación.

Así, veamos lo siguiente:

Cuadro N° 25
PROPORCIÓN DE ARTESANOS PLATEROS QUE CONTRIBUYEN CON LA ASOCIACIÓN

Cantidad de Artesanos	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todos	12	15
Más de la mitad	60	75
Menos de la mitad	8	10
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 75% de los artesanos plateros, opinaron que más de la mitad de miembros de la organización contribuyen a las actividades establecidas por la Asociación, un 15% señalaron que todos son artesanos activos y comprometidos con el desarrollo de la asociación contribuyendo así en las actividades programadas para el bienestar de la misma y un 10% manifiesta que menos de la mitad son artesanos comprometidos con la asociación y participan activamente en las actividades de la misma.

Cuadro N° 26
PROBABILIDADES DE QUE LAS PERSONAS QUE NO PARTICIPAN SEAN CRITICADAS

Probabilidades de Críticas a la no Participación	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muchas	70	87.5
Algunas	10	12.5
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 87.5% de los artesanos plateros manifiestan que las probabilidades de que las personas que no participan en las actividades

programadas por la organización sean criticadas, son muchas, sin embargo el 12.5% señala que las probabilidades a ser criticados por no participar activamente dentro de la asociación son Algunas, dando realce a que muchos de ellos están pendientes de la opinión de los demás frente a su participación en las diversas actividades de la Asociación.

Según el cuadro 26, la participación (en las actividades que desarrolla la Asociación) es mayoritaria; pero ¿qué hace que esta acción colectiva tenga características numéricas y motivacionales importantes?

La respuesta se halla en la presión colectiva, que puede hacer las veces de juez, que sanciona a los que faltan a un acuerdo común. Las críticas a las cuales están sometidos los que incumplen con sus compromisos, también los descalifican de participar en la red social de confianza y reciprocidad mutua que se teje al interior de la Asociación, lo cual es una normatividad implícita en la práctica cotidiana de sus acciones y razón de su cooperación sólida.

d) Liderazgo

El liderazgo para la cooperación, es un factor central que permite que los miembros de una organización participen activamente, mediante el reconocimiento y la legitimidad de sus autoridades.

Así, veamos las opiniones que tienen los artesanos plateros de sus autoridades y líderes.

Cuadro N° 27

VIRTUDES QUE POSEEN LOS LÍDERES DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PLATEROS

Virtudes de los Lideres	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hacen bien las cosas	43	53.75
Son honestos	12	15
Son gente conocida	10	12.5
Son buenas personas	15	18.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un significativo **53.75%** de los artesanos plateros destacó en sus líderes la virtud de **hacer bien las cosas** logrando sacar a delante a la asociación de esa manera y su unidad de la misma, el **18.75%** de los encuestados manifiesta que son **buenas personas** ya que muchas veces les han brindado su apoyo incondicional en los momentos que mas los han necesitado, mientras que un **15%** manifiesta que sus autoridades con **personas honestas** y es lo que más esperan de ellos siendo transparentes y equitativos con las cosas de la asociación y velar así por los intereses de la misma, y un **12, 5 %** de los artesanos manifiesta que respaldan su confianza a los **más conocidos** y que tienen más tiempo en la asociación que son los que más conocen el manejo de esta.

La opinión que tienen los artesanos plateros respecto a sus autoridades, nos hace pensar en la teoría de Max Weber, sobre los tipos de liderazgo: el líder carismático (al que sus seguidores le atribuyen condiciones y poderes superiores a los de otros dirigentes) el líder tradicional (que hereda el poder, ya sea por la costumbre de que ocupe un cargo destacado o porque pertenece a un grupo familiar que ha ostentado el poder desde hace mucho tiempo) y el líder legal (que asciende al poder por los métodos oficiales, ya sean las elecciones o votaciones, o porque demuestra su calidad de experto sobre los demás).

Estos 2 últimos años la Asociación de artesanos plateros se ve representada por un líder que reúne las 3 características indicadas por Weber, pues por un lado, es carismático (las personas piensan que es el que mejor sabe hablar en público, y que tiene apariencia de ser buena persona), es tradicional (pues es el hijo de uno de los líderes más antiguos y fundador de la Asociación, por tanto su familia es una de las más respetadas), y finalmente es legal porque fue elegido mediante elecciones y además que, según los propios artesanos, demuestra tener una buena capacidad de gestión.

Este personaje es el señor Antonio Turín, hijo de uno de los más antiguos y famosos artesanos plateros de San Jerónimo, Jesús Turín.

Así Antonio nos dice: "...cuando fui elegido, tuve más del 80 % de aceptación, inclusive los "otros" me apoyaron, es que quiero trabajar por mis artesanos, ellos son la fuente de mi trabajo, solo quiero hacerlo con la mayor transparencia en mi gestión, mira ya van dos años y no tengo problemas....es que hago participar a todos." Sirve resaltar el término "otros", pues este está referido a los migrantes que han asumido la actividad artesanal como una fuente de vida cotidiana.

Sobre esto último, en el cuadro siguiente, los encuestados valoran la gestión de las autoridades en el año 2009.

Cuadro N° 28
COMO CALIFICAN LA GESTIÓN DE SUS AUTORIDADES

CALIFICACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	15	18.75
Buena	45	56.25
Regular	10	12.5
Mala	10	12.5
TOTAL	80	100

Fuente:

Encuesta

aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ En este Cuadro podremos observar que el 56.25% de los encuestados da a conocer que califican la gestión de sus autoridades como buena ya que estos siempre han dado a conocer los resultados de sus gestión y los balances en las asambleas de la asociación haciendo transparente su gestión, un 18.75% manifiesta que la gestión de sus autoridades son muy buena, teniendo en cuenta que un 12.5%

manifiesta que es regular y el otro 12.5% que es mala quedando un trabajo de fortalecimiento de la capacidad de gestión en los líderes de la asociación ípresto a cambiar la percepción de sus asociados.

Los resultados en general, muestran que los líderes en la Asociación se encuentran legitimados por los miembros de la organización, debido a la buena gestión que vienen realizando en favor de los asociados. Este sentimiento de confianza y respaldo que sienten, de contar con buenas autoridades que representan sus intereses, hace que se encuentren más propensos a participar en la organización y poner de por medio sus intereses y decisiones en la práctica, sabiendo que serán tomados en cuenta, motivo de la existencia de una democracia organizacional.

Así:

Cuadro N° 29

EN LA TOMA DE DECISIONES

ANTE LA TOMA DE DECISIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El líder consulta a los miembros	35	43.75
Los miembros analizan la situación y deciden en conjunto	45	56.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 56.25% de encuestados, dicen que la toma de decisiones en la Asociación de artesanos plateros es democrática. Ya que los miembros de la asociación analizan la situación y deciden en conjunto que solución y/o alternativa plantear frente a determinadas situaciones que se presentan dentro de la misma, y un 43.75% señala que el líder consulta a los miembros para tomar decisiones en conjunto.

El hecho de que los miembros de una organización se sientan identificados con esta, parte primero de que los liderazgos sean

reconocidos en base a las buenas acciones que vienen desarrollando, pero además también importa la capacidad de que los liderazgos conduzcan democráticamente las expectativas de las personas para que estas se sientan incluidas en el desarrollo de una organización o comunidad. En este sentido, los beneficios de una buena identificación de los miembros tienen como resultado una acción cooperativa no corto placista, sino permanente, donde todos los individuos están dispuestos a cooperar con la organización de forma tal, que no valoren solo costos personales, sino beneficios generales que acarrea una acción colectiva (que comúnmente es la consecución de servicios públicos en la Asociación de artesanos plateros; donde interactúan motivaciones no solo racionales, sino altruistas y cívicas).

En Síntesis:

Los resultados de este análisis, demuestran que la acción cooperativa (es decir, el trabajo colectivo para conseguir algo que beneficie a todos) en la Asociación, se encuentra afianzada. Esto a razón de que existe una predisposición de los artesanos plateros para colaborar y trabajar cooperativamente.

Dicha predisposición existe porque comparten relaciones de confianza (pues la organización está compuesta por miembros que mantienen vínculos cercanos e íntimos) lo que hace que la cooperación sea mucho más fluida; pero la predisposición también se debe a que los artesanos plateros, comprenden que los beneficios colectivos que acarrea la cooperación, también arrastran beneficios individuales (son consientes que individualmente no pueden conseguir el acceso a determinados bienes y servicios y por ende trabajan cooperativamente).

Así mismo, cabe destacar que existen otros factores que llevan a que actúen cooperativamente:

- El hecho de que la mayoría de productores artesanos plateros compartan valores como la solidaridad, honestidad, y el trabajo, hacen que la cooperación sea mucho más sólida y se obtengan mejores resultados colectivos.

- Los objetivos comunes, hacen que estén guiados hacia un mismo fin y por ende se organizan y cooperan.
- Las normas formales e informales que tienen son una de las fuentes principales del capital social colectivo, porque institucionalizan las relaciones de reciprocidad, solidaridad, confianza y cooperación. Así, las normas de la Asociación son un motor de la acción cooperativa porque hacen que primen los valores colectivos antes que los individuales (generándose mecanismos estables de ayuda mutua y sanciones claras y efectivas para reducir el comportamiento del free rider).
- La existencia de liderazgos con capacidad de gestión y legitimados por la mayoría de los artesanos plateros, hacen que la cooperación tenga éxito, debido a que las personas sienten confianza de participar pues sus necesidades e intereses son escuchados y puestos en marcha por líderes que tienen la capacidad de guiar la voluntad del colectivo.

Con todo lo analizado hasta esta parte, vemos como la cooperación es un gran valor colectivo que tienen los artesanos plateros; sin embargo es necesario recalcar que, la organización (al ser cerrada) puede mostrarse hasta cierto punto como un grupo donde hay demasiada presión colectiva (al punto de ser coercitiva), lo que aparentemente tenderían a limitar las libertades individuales. Pero la condición de esta presión en la Asociación, no es más que una fuente de protección que han creado los miembros contra formas de discriminación, exclusión y marginación a la cual le someten localidades urbanas.

III. Cohesión Social:

“La cohesión social se define como la capacidad que tiene una sociedad para asegurar el bienestar de todos sus miembros, al minimizar las disparidades y evitar la polarización”³⁵. Así, una sociedad cohesionada es una comunidad de individuos libres que se apoyan

³⁵ Informe del BID. “La cohesión social en América Latina y el Caribe”. Pág. 19.

mutuamente y persiguen ciertos objetivos comunes a través de medios democráticos. Al mismo tiempo se reconoce que así como toda sociedad tiene que vivir con las tensiones producidas por divisiones existentes y potenciales, tampoco existe sociedad que pueda decirse totalmente cohesionada.

También, la cohesión tiene una relación directa con la intensidad de la interacción social dentro de un grupo determinado, y con una orientación común respecto del futuro de la organización a la que se pertenece: “sin una imagen colectiva que represente qué somos y hacia dónde vamos, la cohesión social tiene pocas posibilidades de sobrevivir”³⁶.

Según estas concepciones, la cohesión social se refiere tanto a percepciones de pertenencia y a mecanismos de integración social. Así, la cohesión alude tanto a las disposiciones individuales como a la oferta de las organizaciones para incluir a los individuos en la dinámica del progreso y el bienestar.

Los mecanismos de integración e inclusión suponen un sistema que reduce las disparidades y la vulnerabilidad. Sobre las disposiciones individuales, los comportamientos y valoraciones de los sujetos abarcan ámbitos tan diversos como la confianza en las organizaciones, el sentido de pertenencia y la solidaridad, la aceptación de normas de convivencia, y la disposición a participar en espacios de deliberación colectivos.

Así definida la cohesión social, puede ser fin y medio. Como fin, por cuanto apunta a reforzar tanto la mayor inclusión de los excluidos en una organización. Y un medio, pues organizaciones más cohesionadas proveen un mejor marco para el desarrollo local y fortalecen la democracia al presentar un ambiente de confianza y reglas claras³⁷.

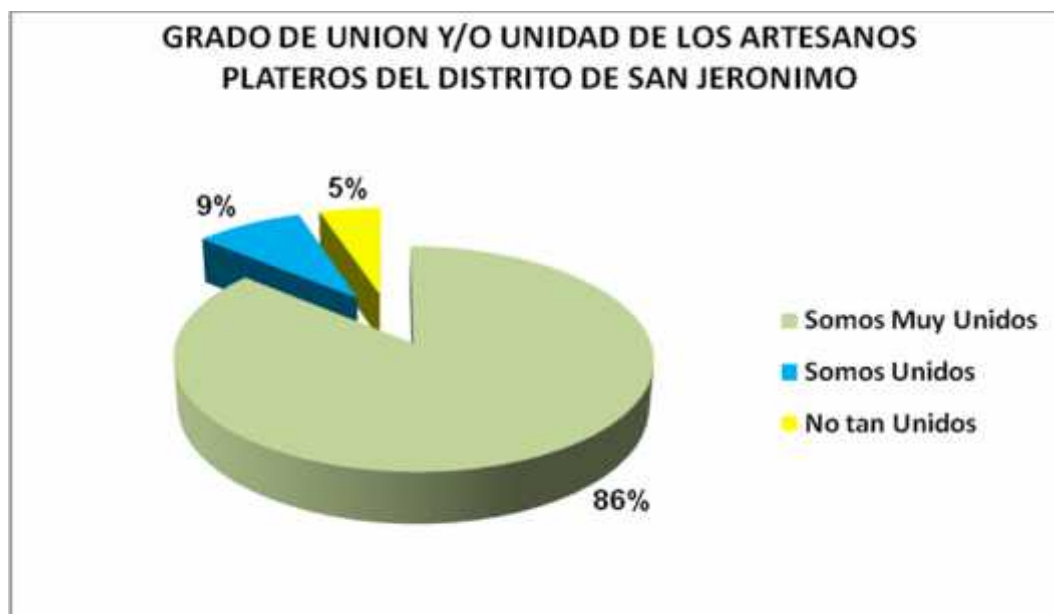
³⁶ Tironi E. en Informe del BID.

³⁷ Ocampo, José Antonio. “Reconstruir el futuro. Globalización, desarrollo y democracia en América Latina”, CEPAL.

De este modo en la cohesión social, los actores deben sentirse parte del todo, y con la disposición a ceder en sus intereses personales en aras del beneficio del conjunto.

Así, veamos el siguiente gráfico que nos muestra como se encuentra la unidad entre los miembros de la Asociación de artesanos plateros:

GRAFICO N° 05



Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un contundente 86% de los artesanos plateros valoró positivamente la unidad en la Asociación lo cual les ah permitido lograr muchas actividades planificadas por ellos mismos, 9% manifiesta que si son unidos y el 5% señalo que no son tan unidos porque siempre hay diferencia de puntos de vistas a tratar lo cual permite llegar a un debate y lograr un acuerdo democráticamente siendo la base de la asociación la unión y el apoyo mutuo.

Este resultado nos muestra que la Asociación de artesanos plateros es una organización cohesionada. Las bases de tal cohesión la encontramos en la cooperación (pues el hecho de que la gente trabaje junta y colabore por objetivos comunes hace que los miembros

desarrollen un sentimiento de unidad organizacional). También la encontramos en la confianza y la solidaridad (pues al compartir relaciones cercanas, íntimas y de apoyo mutuo con los demás miembros, se sienten más propensos a colaborar en la organización y por ende la cohesión se hace más sólida).

No obstante, además de las bases ya nombradas (que promueven cohesión organizacional en la Asociación), se pueden identificar otras que la analizan más a profundidad. Así, veamos:

a) Disposición Colectiva:

La cohesión social en una organización depende en gran medida, de la disposición que tiene cada miembro para participar y poner en juego sus intereses y necesidades, apuntando al bienestar colectivo (es decir auto incluirse).

Pero para que exista una disposición para la auto inclusión, los miembros de una organización deben desarrollar primero el llamado “sentido de pertenencia”, es decir, que se sientan identificados con la organización y con ello participen y se incluyan en la vida social de esta.

Así, analicemos a continuación los siguientes resultados:

Cuadro N° 30

PROPORCIÓN DE PERSONAS QUE PARTICIPAN EN LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS POR EL DÍA DE LA FUNDACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

Participación en Actividades Programadas	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Todas	15	18.75
Más de la mitad	50	62.5
Solo la mitad	15	18.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 62.5% de encuestados, refiere que más de la mitad de personas participan de las actividades en dicha celebración sintiéndose la identidad y el sentido de pertenencia asía la asociación como so organización de producción, mientras que un 18.75% dijo todas y el otro 18.75% solo la mitad lo cual tendría que fortalecerse para lograr una unidad más estable dentro de la asociación.

Cuadro N° 31
LA PARTICIPACIÓN ES:

PARTICIPACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Voluntaria	60	75
Obligatoria	10	12.5
Ambas	10	12.5
TOTAL	120	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ La mayoría afirmaron que la participación en dicha celebración es voluntaria.

Los cuadros 30 y 31 muestran que el sentimiento de pertenencia de los miembros de la Asociación de artesanos plateros en relación a su organización, es bueno, pues según algunos estudios muestran que las personas exhiben más altruismo y juegan más cooperativamente en su organización cuando son inducidos a identificarse con esta. Si la identificación con un grupo es necesaria para que las preferencias se vuelvan más altruistas y más alineadas con el bien común, esfuerzos que eleven el sentimiento de pertenencia pueden ser vistos naturalmente como un componente esencial, en este sentido la programación de actividades que fomenten acciones compartidas son fundamentales para forjar sentimientos de identificación.

Sin embargo los sentimientos de pertenencia a la Asociación, no solo nacen con actividades compartidas en una organización, a estas le preceden las libertades individuales de elección del grupo en el cual se desea participar.

Así:

Cuadro N° 32

REQUISITO PARA SER MIEMBRO DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS

REQUISITOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Decisión propia	56	70
Trabajar en la artesanía platera	14	17.5
Ser respaldado por un familiar de la Asociación	10	12.5
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 70% de encuestados señaló que no existe ningún requisito para pertenecer a la Asociación, esta simplemente es una decisión propia, mientras que un 17.5% mostro que para integrar la asociación debes de ser artesano platero por los fines y objetivos de la asociación y un 12.5% manifestó que debe de ser respaldado por un familiar y/o amigo de la asociación que es como una garantía a los beneficios que esta brinda.

Evidentemente, las respuestas que dieron los encuestados ante la pregunta sobre el principal requisito que se necesita cumplir para ser miembro de la Asociación, se relacionan a la necesidad de trabajo que estas personas tienen. El hecho de que un familiar tenga que haberlo respaldado o que simplemente haya sido una decisión propia, se basan en ingresos a la organización por necesidad de trabajo. Así dicha necesidad que se ve satisfecha con el trabajo en la Organización, es un medio generador de identificación social, porque supone en una sociedad con altos índices de desempleo, una oportunidad para personas que lamentablemente significan mano de obra barata.

Entonces la identificación con la organización en base a que esta satisface las necesidades de trabajo, tienen que manifestarse en

acciones cooperativas (para que el sentido de pertenencia se manifieste). Así:

Cuadro N° 33
COMO CONTRIBUYEN A LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS

FORMA DE CONTRIBUCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Participando en sus actividades	86	57.7
Trabajando	63	42.3
TOTAL	149	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Del total de los encuestado, un 57.7% manifestó que contribuye con su organización participando en las diversas actividades que se programan para el beneficio de la misma y el 42.3% señalo que contribuyen trabajando y sobresaliendo en la platería en las diversas actividades propuestas tanto por la asociación como por el mismo distrito.

Con los resultados de los cuadros 32 y 33, se comprende que la identificación de los artesanos plateros para con su organización, parte de una visión racional (es decir que una persona participa y colabora cooperativamente en una organización porque esta le genera el acceso a determinados bienes y servicios; en el caso de la Asociación, significa el acceso al trabajo).

b) Condiciones Inclusivas:

Se refiere a que la cohesión social no solo necesita de la voluntad de los miembros por pertenecer a una organización, sino de las condiciones óptimas que debe crear la organización para generar integración social.

Estas condiciones se basan específicamente en factores que promuevan la inclusión social, tales como:

❖ **Factor Contextual:**

Algunas investigaciones encuentran que los individuos con bajos niveles de educación tienen mayor probabilidad de pertenecer a organizaciones donde predominan lazos fuertes, implicando que tengan un menor acceso a oportunidades y a movilidad social.

En la Asociación artesanos plateros este factor puede ser entendido a través del cuadro 34:

Cuadro N° 34
GRADO DE INSTRUCCIÓN

Grado de Instrucción	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sin instrucción	1	1.25
Primaria	15	18.75
Secundaria	64	80
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El grado de instrucción del 80% de los artesanos plateros es del nivel secundario, mostrando que no desconocen de sus deberes ni derechos tanto como socios ni como ciudadanos así que es muy difícil si los quieren sorprender con engaños, mientras que un mínimo del 18.75% tiene solo el grado de instrucción de primaria y el 1.25% es analfabeta.

El factor educativo es un impulsor de la cohesión organizacional, porque los artesanos plateros al no encontrarse preparados para asumir otro tipo de trabajo distinto, se hallan marginados del mercado laboral; entonces la Asociación representa

para ellos un gran respaldo, donde se sienten seguros económica y socialmente. Por tanto tienden a cooperar y a participar más en su organización, acentuando los lazos de unidad entre sus miembros.

Así, la constitución de una organización cohesionada, responde a factores (que como el educativo) escapan a la organización, y más bien son respuesta a la situación socioeconómica del país.

❖ **Factor Equidad:**

El sentimiento de unidad en una organización es posible, cuando sus miembros sienten que las necesidades e intereses de todas y todos, son tomados en cuenta por igual.

Así:

Cuadro N° 35
INFLUENCIA DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS PLATEROS EN LA
VIDA COTIDIANA (según sexo)

INFLUENCIA	SEXO		TOTAL
	Varón	Mujer	
Gran influencia	25	40	65 – 81%
Poca influencia	10	5	15 – 19%
TOTAL	35	45	80 – 100%

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Un definitivo 81% de los artesanos plateros entre varones y mujeres manifiestan que es de gran influencia en su vida cotidiana la asociación en sus diversas actividades ya que mayor mente ellos se dedican solo a la platería y un 19% manifiesto que tiene poca influencia en su vida común ya que es parte de su vida pero no es un todo.

Gran influencia significa sentirse “protagonista” del destino de la organización. Por eso, según este cuadro, la mayoría de los artesanos plateros se sienten incluidos a participar de la conducción de

la organización por el bienestar colectivo. Reforzando así los lazos de unidad en la Asociación

Cabe resaltar en este mismo cuadro, que pese a que las tendencias todavía mantengan patrones de otorgar mayor poder a los varones y menos influencia en el caso de las mujeres (aunque la diferencia es ínfima). Se va acentuando en la Asociación el valor de la equidad, pues las mujeres en esta organización han encontrado gran respaldo para su acción pública.

Es más, ellas no precisamente vienen asumiendo roles tradicionales reproductivos, sino, desempeñan papeles centrales en la productividad de la Asociación, cuya actividad además se integra con la participación en organizaciones sociales de base donde asumen liderazgos, que luego las conducen hasta el liderazgo de la misma Asociación.

Más bien, las mujeres (y hombres) que son discriminada(o)s de participar en la vida social de la Asociación, son aquella(o)s que llevan poco tiempo de permanencia, situación que les impide de cierta forma involucrarse del todo en el ámbito público de la misma.

❖ Control de las Diferencias Sociales:

Se hace imprescindible para que una organización mantenga los lazos de unidad entre sus miembros, que las diferencias sociales que poseen, sean controladas para que no sean motivo de rupturas en el grupo.

Veamos a continuación, la percepción que tienen los artesanos plateros sobre las diferencias que hay entre ellos.

Cuadro N° 36
ENTRE LOS PRODUCTORES ARTESANOS PLATEROS EXISTEN
DIFERENCIAS

Existen Diferencias	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	12.5
No	70	87.5
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 87.5% de los artesanos plateros afirmaron no tener diferencias entre ellos, y un 12.5% señaló que si existen diferencia entre ellos tanto en sus obligaciones como en sus jerarquías.

Cuadro N° 37
CAUSAS PARA LOS CONFLICTOS
ENTRE LOS ARTESANOS PLATEROS Y LA ASOCIACION

CAUSAS DE DIFERENCIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Los ingresos económicos	10	12.5
Creencias religiosas	2	2.5
Entre generaciones jóvenes y viejas	15	18.75
Entre hombres y mujeres	8	10
No tenemos conflictos	45	56.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 56.25% de personas afirmaron no tener conflictos dentro de la asociación que para eso existen autoridades quienes se encargan de solucionar los problemas o conflictos que se puedan presentar dentro de la asociación, el 18.75% señaló que se dieron conflictos entre las distintas generación es por tener puntos de vistas distintos, mientras que el 12.5% da a conocer que uno de los temas de conflicto son los diferentes ingresos económicos por la competitividad

que se establece por el mismo sector de producción al que pertenecen y el 10% señala por las diversas percepciones entre varones y mujeres que no siempre coinciden en la forma de organizarse frente a las diversas actividades pero los artesanos de la asociación aseguran que ninguna de las diferencias aludidas en el cuadro 36, causaron algún conflicto o problema grave.

Esto nos demuestra que las diferencias sociales que hay en la Asociación no generan problemas o conflictos que sean motivo de una probable fragmentación social.

Además según nos muestra el cuadro 37, las diferencias nombradas no tienen el respaldo de la mayoría de personas encuestadas, por lo que las percepciones se limitan a expectativas individuales antes que colectivas. Inclusive un 87.5% manifestó la inexistencia de diferencias rescatables en la Asociación

En este sentido cabe preguntarnos, ¿por qué no existen en la Asociación de artesanos plateros demasiadas diferencias sociales? La respuesta se encuentra en que además de que la mayoría comparta las mismas condiciones socioeconómicas; el control de las diferencias sociales en la organización es fuerte. Veamos el siguiente cuadro:

Cuadro N° 38
EXISTENCIA DE PERSONAS IMPEDIDAS DE PARTICIPAR EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PLATEROS

PERSONAS IMPEDIDAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tienen diferente ocupación	45	56.25
Quando no son respaldados por algún productor artesano	20	25
Se deja participar a cualquiera	15	18.75
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

El 56.25%, señalan que no se deja participar en la organización a personas que no realicen la misma actividad que ellos ya sus interés y fines no son los mismo lo cual no permitiría buscar el mismo ideal que la asociación, el 25% manifiesta que es impedimento el no contar con el apoyo o respaldo de un productor artesano ya que es como una carta de garantía frente a la asociación y el 18.75% dijo que se deja participar a cualquiera que tenga las ganas de superación y realización dentro del sector de platería en nuestro distrito.

Con esto comprobamos que el control de las diferencias en la Asociación es fuerte. No se admite el ingreso de personas con diferente ocupación a que los artesanos plateros que dejen la actividad sigan perteneciendo a la Asociación (pues de algún modo esto colaboraría a quebrar los lazos de unidad). Pero además, no se permiten ingresos de nuevas personas, sin que estas tengan el respaldo de familiares. La organización asegura con esto, que los lazos de confianza no se debiliten reforzando así los lazos de unidad entre los artesanos

Con estos mismos resultados también se observa, que el trabajo en la Asociación como fuente de identificación social (para estas personas la Asociación es la única oportunidad que tienen para acceder al empleo y con ello a mejores condiciones de vida), tiende a convertirse en un valor apreciado (como promovedor de la cooperación en la organización) y por ende la protegen para que refuerce los lazos íntimos y cerrados en la Asociación

En Síntesis:

La Asociación es una organización unida porque:

- Existe una predisposición de los miembros para autoincluirse en la organización y participar (poniendo en juego sus intereses y necesidades).

Dicha predisposición nace de la identificación que tiene cada miembro con su organización. Así la identificación en la Asociación,

parte de la confianza (pues los artesanos plateros al compartir relaciones cercanas, íntimas y de apoyo mutuo con los demás miembros, se sienten más propensos a colaborar por objetivos comunes, haciendo que se desarrolle un sentimiento de unidad organizacional). Y también parte, de los beneficios colectivos que se pueden obtener al pertenecer a la organización (como la Asociación permite el acceso al empleo y a mejores condiciones de vida, entonces es más posible que los artesanos plateros contribuyan y se incluyan en la vida social de esta).

- Existen condiciones inclusivas, que facilitan que los miembros se integren más a la organización.

Condiciones como la equidad (que hace que todas y todos los miembros se sientan protagonistas de dirigir el destino de la organización, sabiendo que sus necesidades e intereses serán tomados en cuenta por igual) y el control de las diferencias sociales (donde la organización asegura que las diferencias que existen entre los artesanos plateros no causen rupturas o debiliten los lazos de unidad) que finalmente, refuerzan la cohesión social de la Asociación.

Sin embargo es también importante resaltar, que diversas investigaciones encuentran que si predominan los vínculos fuertes, la cohesión grupal tiende a fortalecerse, pero esto no ayuda a mejorar las condiciones de movilidad social, por ejemplo acceder a mejores empleos (los amigos y la familia tienen por lo común una posición social parecida).

En este sentido, no está demás señalar que un capital social cerrado, así como puede lograr beneficios, también puede significar una dificultad para que los miembros de la organización prolonguen sus oportunidades.

4.1.3. Factores que Limitan al Capital Social de la Asociación de Productores Artesanos Plateros

Desde el análisis realizado sobre el capital social en la Asociación de artesanos plateros, donde se observa que las relaciones de solidaridad, reciprocidad, confianza, cooperación y cohesión organizacional, son fuertes; se puede concebir también que (como no toda organización o comunidad es completamente perfecta), existen ciertos factores que hacen que el capital social de la Asociación se encuentre en permanente riesgo de perder su fortaleza (en menor o mayor grado).

Así, para la identificación de estos factores en la Asociación, es fundamental entender primero, que estas nacen en el llamado “individualismo”; término que ha sido utilizado para caracterizar la visión de la sociedad como constituida por individuos, por sujetos que tienen metas, proyectos y fines específicamente individuales.

A simple vista, esta visión no tendría mayor importancia para la Asociación (porque sus relaciones son sólidamente colectivas), sin embargo, se sabe que el individualismo no solo se muestra en sociedades fragmentadas, sino en sociedades, donde se ha tenido que mantener pactos sociales (donde se garantiza el cumplimiento y la realización de los fines, metas y proyectos individuales) para que la sociedad funcione. Haciendo coincidir metas individuales con las de la mayoría, para que la sociedad se mantenga integrada.

Es en este contexto, donde precisamente se desenvuelve la Asociación, las personas han tenido que aportar su individualidad a la organización, con un fin instrumental que los ayuda a protegerse, a producir y beneficiarse de algunos bienes (que como individuos probablemente no hubieran conseguido).

Entonces, si se admite que los factores que limitan al capital social en la Asociación, tienen una base individualista (que impide ocasionalmente la actuación bajo los intereses colectivos sobreponiendo los personales).
¿Cuáles son estos factores?:

I. Factores de Competitividad

En la actualidad, a partir de una economía de libre mercado, se ha desarrollado mucho la idea de la competitividad, y sus implicaciones positivas en las economías de países, comunidades, organizaciones y empresas. Sin embargo sus impactos negativos han sido muy poco estudiados, haciendo de la competitividad una de las mayores aspiraciones mundiales.

Así, sabemos que la competitividad (empresarial) significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado³⁸. Es también una característica de las organizaciones para lograr su misión, en forma más exitosa que otras competidoras, basándose en la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes o ciudadanos a los cuales sirve.

El interés en este enfoque, se sustenta en la existencia en la Asociación de artesanos plateros ciertos valores (negativos como el egoísmo) propios de la competitividad. Se sabe pues, que los miembros de la Asociación al desarrollar una misma actividad económica, compiten entre sí en el mercado. Pese a haber encontrado que como organización mantienen lazos de solidaridad y cooperación, estos se ven atentados circunstancialmente en momentos de competencia por clientes, para obtener los beneficios personales esperados.

Esta rivalidad circunstancial, no tendría mayores efectos en la organización, si no fuera porque ha logrado que los productores aprendan a desplegar estrategias individualistas.

Dichas estrategias pueden ser observadas en dos momentos

1ro. Reducción de Costos:

Los artesanos plateros comprendieron que se ganaba más dinero si se reducían los costos de inversión. Este primer momento que

³⁸ En Wikipedia, la enciclopedia libre. www.google.com.

inicialmente tuvo gran acogida por la mayoría de ellos, porque podían ofertar sus productos a menor precio (cosa que despertaba el interés de los clientes y los favorecía). Después fue calando en una mala imagen de los artesanos plateros, haciendo que se prefirieran comprar de otros productos artesanales de la zona

2do. Desarrollo de Estrategias Individualistas

El segundo momento se presenta a razón de que ya no debían ofertar solo precios baratos, sino también calidad. Es aquí, cuando el individualismo aborda a los artesanos plateros, porque cuando la mayoría había bajado sus precios a costa de la mala calidad de su producción, hubo un número pequeño de productores que prefirió no variar mucho sus precios, pero si mantener la calidad, situación que los hizo predilectos para los clientes y los ayudó a despuntar por sobre los niveles económicos normales (situación que se puede apreciar en el cuadro 11³⁹, donde sólo un 1.3% de los artesanos plateros perciben ingresos económicos altos).

Pero ¿Qué promovió que un número pequeño de personas no mantuvieran sus precios y si la calidad de sus productos?, pues, por un lado, la habilidad de buscar individualmente (y no como organización como se solía hacer) proveedores (de insumos y materiales y otros materiales básicos) que les vendían a menor precio.

Esto ocasionó la ruptura (moderada) de la organización (solo en el caso de la venta y producción de artesanía platera), y consecuentemente la primacía del individualismo como una lucha por la supremacía del “más fuerte” (mejor dicho del más hábil) y la búsqueda del éxito personal. Veamos el siguiente cuadro:

³⁹ Véase pág. 61.

Cuadro N° 39
TIEMPO DE PERMANENCIA EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES
ARTESANOS PLATEROS / INGRESOS MENSUALES

INGRESO MENSUAL	TIEMPO DE PERMANENCIA				TOTAL
	Entre 1 y 5 años	Entre 6 y 10 años	Entre 11 y 20 años	Entre 21 y 30 años	
Entre 300 y 499	13	7	0	15	32
Entre 500 y 699	7	3	2	10	22
Entre 700 y 899	10	0	3	10	26
Entre 900 y 1099	0	0	0	0	0
Entre 1100 y 1500	0	0	0	0	0
TOTAL	30	10	5	35	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Si relacionamos las variables tiempo de permanencia en la Asociación de artesanos plateros con ingresos económicos, encontramos que las personas que tienen poco tiempo viviendo en la Asociación perciben menos ingresos económicos, las personas que llevan muchos años, perciben ingresos medios, mientras quienes perciben mayores ingresos económicos son las personas que llevan viviendo en la Asociación un tiempo medio. Esto nos demuestra que son las personas jóvenes y adultas las que poseen mayores habilidades para aprovechar las oportunidades de competitividad (en los dos momentos mencionados).

Así, la competitividad que es “natural” en un mercado libre (que ya no es regulado por ejemplo en los precios por los propios artesanos, sino por las decisiones de la oferta y la demanda), limita la fortaleza del capital social de la Asociación porque genera actitudes egoístas en los miembros, al promover la rivalidad interna (la confianza organizacional se ve amenazada).

Si bien es cierto, las diferencias socioeconómicas entre artesanos plateros no son muy notables, pero promueven que los lazos

de cooperación se vean afectados. Cabe traer aquí una tabla que usamos en el análisis de las redes sociales, sobre la participación de los artesanos plateros, en grupos sociales según su nivel económico, y encontramos que quienes tienden a participar menos son los que mayores ingresos económicos perciben.

Cuadro N° 40
INGRESO MENSUAL / PERTENENCIA A GRUPOS
DENTRO DE LA ASOCIACIÓN

INGRESO MENSUAL	PERTENECEN A GRUPOS		TOTAL
	Si	Solo a la asociación	
Entre 300 y 499	16	4	20
Entre 500 y 699	15	10	25
Entre 700 y 899	15	11	26
Entre 900 y 1099	4	3	7
Entre 1100 y 1500	0	2	2
TOTAL	50	30	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

Comprobamos con este cuadro, que uno de los principales factores que limita al capital social de la Asociación de artesanos plateros es la competitividad, porque las exigencias del mercado (resaltando valores de egoísmo y búsqueda del éxito personal) restringen los lazos de cooperación.

Sin embargo esto se ve frenado gracias a que persisten relaciones fuertes de solidaridad y reciprocidad entre los miembros de la Asociación, como medios normativos que impiden el desarrollo mayor de características individualistas (que se espera perduren a largo plazo).

II. Factores de Movilidad Social:

La movilidad social consiste en los movimientos o desplazamientos que efectúan los individuos, las familias, o los grupos, dentro de un determinado sistema socioeconómico.⁴⁰

Así, existen dos formas de movilidad social; la horizontal (que es el paso de los individuos de un grupo a otro, sin que esto implique la alteración del estatus social), y la movilidad vertical (que puede ser descendiente o ascendiente).

La Asociación de artesanos plateros en términos de movilidad social, es una organización que tiende a crear poco desplazamiento socioeconómico a sus miembros (al mantener vínculos íntimos y cerrados, que impide generar pocas esperanzas de progreso a sus integrantes). Sin embargo debido a que en un mundo globalizado, la exposición de toda persona a una sociedad de consumo (gracias al trabajo de los medios de comunicación), se crea la necesidad individual de buscar la mejora de la calidad de vida y el ascenso en la escala social.

En este contexto, algunos artesanos (especialmente aquellos que gozan de mejores ventajas económicas), han realizado alguno de los siguientes movimientos:

a) Desplazamiento Vertical Ascendente

Aquellos con mayores ventajas económicas (gracias al esfuerzo en sus trabajos y a la habilidad individual para desplegar estrategias para aprovechar mejor el mercado), empiezan a buscar una especie de "distinción socioeconómica" respecto a los demás miembros. Para esto se trasladan (compran casas y terrenos) fuera de su organización, asestándose en la parte central del distrito (porque es una zona que cuenta con todo tipo de servicios, agua, luz, teléfono, alcantarillado, Internet, cable, accesibilidad vial, etc.). Acercándose más al tan anhelado modelo urbano de vida.

⁴⁰ En Wikipedia, la enciclopedia libre. www.google.com.

Este desplazamiento (que no les impide seguir siendo miembros de la Asociación de artesanos plateros), no solo los hace gozar de una mejor calidad de vida, sino del “reconocimiento social” y del “respeto” de los demás, así como también, les permite extender sus redes sociales lo cual les abre mayores oportunidades. Situación que los convierte en una especie de modelo a seguir y por ende en una posible amenaza a la cohesionada organización de los artesanos plateros.

b) Desplazamiento Horizontal: Este tipo de movilidad se identifica en dos contextos:

❖ **LA EDUCACIÓN:**

Para la movilidad social, es un factor esencial. Cuando se inicia desde una posición desfavorable; la educación es generalmente la manera más segura de lograr ascender social y económicamente. Así:

Cuadro N° 41
EDAD / GRADO DE INSTRUCCIÓN

EDADES	GRADO DE INSTRUCCION			TOTAL
	Sin instrucción	Primaria	Secundaria	
Entre 15 y 20 años	0	0	20	20
Entre 21 y 30 años	0	0	30	30
Entre 31 y 40 años	0	8	10	18
Entre 41 y 50 años	4	4	2	10
Entre 51 y 60 años	6	4	2	12
TOTAL	10	16	64	80

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

Son los jóvenes quienes tienen mayor acceso a niveles superiores de educación en la Asociación de artesanos plateros (debido a que los padres prefieren ampliar las oportunidades de sus hijos). Sin embargo al ser la educación en nuestro país solo académica (y no práctica), no prepara a los individuos para las exigencias y necesidades del mercado laboral actual. Así, los productores mejoran su estatus social y no el económico, es decir, se encuentran mejor preparados en su medio (en relación a quienes no tienen ningún grado educativo), pero no para el mercado laboral. De tal modo, la mayoría de artesanos ven en la educación una pérdida de tiempo y dinero, que es superado con las actividades productivas que realizan.

Sin embargo, la mínima diferencia que permite la distinción de ciertos productores artesanos plateros que acceden a niveles superiores de educación, forma una especie de sentimiento mutuo de discriminación, entre quienes se sienten los más “cultos” y aquellos (en su mayoría) que se ven “ignorantes”.

Esta situación implica para el capital social, una ruptura (moderada) en las relaciones de confianza interna (que a su vez impiden la fluidez de los intercambios solidarios morales y materiales) que hay entre los miembros de la organización.

❖ **LA MIGRACIÓN:**

Este factor, puede dividirse en dos tipos:

- **Interno** - Crecimiento de la organización

El crecimiento de una organización puede traer consigo desventajas como resultado de que la cohesión de cualquier grupo, se ve amenazado en la medida que los nuevos miembros, no se sientan identificados con la organización y por ende no tienden a participar ni a cooperar. Así:

Cuadro N° 42
ESTE AÑO LA CANTIDAD DE MIEMBROS EN LA ASOCIACIÓN DE
PRODUCTORES ARTESANALES PLATEROS

CANTIDAD DE MIEMBROS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aumentado	35	43.75
Mantenido	45	56.25
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 56.25% de los encuestados manifestaron que la cantidad de los miembros de la Asociación se ha mantenido mientras que el 35% de los encuestados señala que han aumentado esporádicamente los miembros dentro de la asociación.

En la organización de los artesanos plateros se observa que se han mantenido los miembros dejando se ver que no habido ninguna salida o retiro de algún miembro pero a la vez se manifiesta que va en aumento la integración de nuevos miembros (de personas que provienen de lugares aledaños a San Jerónimo, que anualmente se considera que son de entre 2 y 3 personas), traídas por parientes y/o amigos, en busca de mejores oportunidades.

Este tipo de movilidad es horizontal, porque la mayoría de personas que van llegando a la Asociación son subempleados, situación que les aseguran solo ciertas condiciones de subsistencia y no de crecimiento (que puede darse después de un largo tiempo a base de mucho sacrificio).

En este caso lo que importa, es que la influencia negativa del aumento de los miembros en la Asociación, limita al capital social, porque los lazos de unidad se ven atentados al ingresar personas que

no se sienten identificados del todo con la organización y por eso no tienen la predisposición para cooperar con esta.

- **Externo** - Oportunidades de emigración

Sobre la emigración; se observó en el cuadro 17, que existe una esperanza (de parte de los artesanos plateros) para migrar fuera del país (especialmente emprendida por personas jóvenes).

Las posibilidades de migrar al extranjero, oportunidades para mejorar sus vidas. Sin embargo esto no representa necesariamente una movilidad vertical, porque los pocos artesanos plateros que han logrado salir del país se encuentran ejerciendo actividades en empleos precarios (están prácticamente sobreviviendo en Argentina, que es el lugar a donde preferentemente migraron).

Carlos Serrano, un platero joyero que viaja nos dice: "...cuando llegamos a Buenos Aires, nos encontramos con varios paisanos, estaban dos de la familia Sánchez, de el loco Veliz, su hijo, el Fernando Torpoco, así varios, ellos nos dijeron que los otros estaban en Córdoba y en la provincia de Salta"

Indiscutiblemente la migración externa es un factor determinante para que la Asociación artesanos plateros empiece a desarrollar la tan temida fragmentación social (a largo plazo), pero que a corto plazo involucra (para quienes tienen la perspectiva de migrar), tener menos grado de identificación con la organización puesto que no comparten los mismos objetivos de trabajar y cooperar en y por la Asociación, limitando al capital social.

En Síntesis:

Se han identificado dos factores claves que limitan al capital social de la Asociación de artesanos plateros (estos tienen una base individualista) y son:

- La competitividad (que promueve la rivalidad entre los miembros de la organización por obtener mayores ventajas económicas, desarrollando actitudes egoístas y la búsqueda del éxito personal).

- Y la movilidad social (que sea vertical u horizontal permite que los miembros de la organización, en búsqueda de ascender en el estatus socioeconómico, desarrollen prácticas de “distinción social”).

Ambos factores limitan al capital social porque (aunque sea casi imperceptible) fragmenta las fuerzas de cohesión interna que existe en la Asociación de artesanos plateros y transgrede el tipo de redes sociales cerradas e íntimas.

Así, aunque dichos factores se encuentren invisibilizados por un capital social fuerte, no cabe duda que son una alarmante posibilidad de fragmentación social a largo plazo, que quienes la afronten, deberán tal vez en otro contexto, asentarse sobre las bases históricas de su organización para generar nuevas estrategias de cohesión social.

4.2.- Factores Para La Formación De Cultura Organizacional:

4.2.1.- Autogestión y Autosuficiencia

La autogestión, proviene de las palabras “Auto” que es un prefijo que significa “uno mismo” o “por sí mismo”, y gestión se define como administrar para conseguir algo, como puede ser un producto, bien o servicio. Por tanto, se refiere a la capacidad de organización interna que tiene un grupo, comunidad, asociación, etc. Con la finalidad de conseguir colectivamente la satisfacción de sus necesidades e intereses.

“Es la capacidad que tiene una comunidad, como consecuencia de transformar la espiral descendente de la pobreza en espirales ascendentes de desarrollo. La fuente de la autogestión es el cambio de una visión fatalista de la pobreza, sólo como suma de carencias, a una visión esperanzadora, como generadora del impulso necesario para el desarrollo, es el canal a través del cual el ser humano canaliza sus esfuerzos hacia el logro de una vida digna

mejorando la calidad de vida de cada uno de los miembros de la comunidad, de acuerdo a sus propios objetivos, metas y con el apoyo solidario de sus semejantes”⁴¹.

La autogestión es una especie de herramienta eficaz, que exalta la utilización de la organización como valor fundamental de los grupos, situándolos en mejor posición para enfrentar y resolver sus problemas comunes, tomando en sus propias manos la tarea de resolver sus necesidades.

Por ello la autogestión, se basa en una organización bien estructurada, definida y eficiente.

La **autosuficiencia** en una organización, significa que esta autónomamente es capaz de crear y manejar sus recursos, situación que la hace independiente en la toma de decisiones del destino que desea seguir.

En los artesanos plateros, los procesos encausados desde la autogestión y la autosuficiencia, ha significado para la asociación, la salida colectiva de una situación de marginalidad hacia un avance progresivo de bienestar material y moral, donde la pobreza fue un impulso para tomar las riendas de su propio destino.

A continuación, se analizará los indicadores que encierran el funcionamiento básico de una asociación autogestionaria y autosuficiente.

I. Personería Jurídica

La existencia de un régimen legal en nuestro país, permite a los individuos contraer derechos y obligaciones, reconociéndolos así como personas. Precisamente dentro de esta misma denominación (personas) se pueden distinguir a dos clases: las personas de existencia real, o física (personas de carne y hueso) y las personas de existencia ideal, opuesta a

⁴¹ Brivio, A. “La autogestión comunitaria”. Pág. 7

la física, son personas reconocidas especialmente por el orden jurídico y por eso se las llama Personas Jurídicas⁴².

Las personas jurídicas vienen a ser las Sociedades o Asociaciones que forman un conjunto de personas de existencia real o física. Estas se dividen en dos tipos:

- De carácter Público:

Estado Nacional, Provincial y Municipal. Entes autárquicos y la iglesia Católica.

- De carácter Privado:

Asociaciones, fundaciones y sociedades civiles.

La asociación de artesanos plateros se ubica en el segundo Ítem (pues posee objetivos de bien común, patrimonio propio y capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones). Se formaliza el 5 de octubre del 1989 (ante registros públicos), pero su existencia como colectivo data de 1984. Hasta entonces solo eran un grupo de entusiastas plateros y joyeros que laboraban de manera artesanal la producción y se mantenían de manera informal.

Sin embargo el hecho de que siempre conservaran lazos de unidad, solidaridad y reciprocidad entre sus miembros, ayudó a que se organizaran y proyectaran a buscar su autonomía y formalización.

En la actualidad la asociación cuenta con 98 miembros, inscritos en el padrón, de los cuales solo 80 de ellos hacen vida estatutaria. Las condiciones para pertenecer a esta, tienen que ver con la capacidad de asumir los costos económicos que se establecen, con la garantía de un familiar ya asociado que avale al nuevo miembro ante la asociación, o con la garantía de haber demostrado responsabilidad y buenos valores a través del tiempo en el que permaneció el postulante en la Asociación y finalmente tiene que ser aceptado por la asamblea general.

⁴² En Wikipedia, la enciclopedia libre. www.google.com.

Así, pese a que la asociación tenga una finalidad organizativa y no empresarial (pues los artesanos plateros aun desarrollan una actividad tradicional y de subsistencia), recién a partir de la formalización, esta pudo acceder al mercado formal, obtener derechos y contraer obligaciones, etc.

Entonces, con la adquisición de la personería jurídica, la Asociación de artesanos plateros empieza a desarrollar capacidades de autosuficiencia (porque la organización es capaz de administrar y controlar sus propios recursos) y de autogestión (que le permite gestionar el acceso a determinados bienes y servicios públicos).

En todo caso, la ventaja más esencial al adquirir la personería jurídica, es la autonomía de la organización y con ella, el comienzo del proceso de reconocimiento social.

II. Reglas y Procedimientos Claros

La palabra estatuto puede referirse a una variedad de normas jurídicas cuyo rasgo común, es que regulan las relaciones de ciertas personas que tienen en común la pertenencia a un territorio o sociedad. Por lo general, los estatutos son una forma de derecho propio⁴³.

Para una asociación, recibe el nombre de estatuto, aquella norma acordada por los socios o fundadores, que regula el funcionamiento de una persona jurídica. Sus funciones fundamentales, entre otras, son las siguientes:

- Regula el funcionamiento de la entidad frente a terceros (por ejemplo, normas para la toma de decisiones, representantes, etc.).
- Regula los derechos y obligaciones de los miembros y las relaciones entre estos.

La asociación artesanos plateros posee un estatuto inscrito en registros públicos, estructurado en XIII capítulos y 52 artículos, que especifican funciones, deberes y derechos, y otras normativas básicas, que se amparan en la constitución política del Perú, el código civil y la declaración universal de los derechos humanos.

⁴³ En Wikipedia, la enciclopedia libre. www.google.com.

Dicho estatuto es la plataforma esencial que sostiene toda la estructura organizativa de la Asociación, puesto que a través del desarrollo de su contenido, se logra encausar al colectivo por un sendero ordenado y claro, en búsqueda del bienestar de la organización, pautando el comportamiento de los miembros y asegurando el beneficio común.

Así, se pudo observar en el análisis de la cooperación⁴⁴ como medio de capital social, que un 66.4% respetaban y cumplían las normas del estatuto, situación que regula a los individuos que se ven tentados a no participar y se benefician a costas de la acción de los demás, porque se establecen normativas que sancionan actitudes que perjudican al colectivo.

1. Sobre su Estructura

El estatuto fue reconocido el el 15 de Setiembre del 1989. Precedente a la obtención del documento final, se creó una comisión encargada de la elaboración de la normativa, para lo cual, se contó con el apoyo de un abogado vecino de la Asociación, se procedió a su preparación en presencia de delegados, líderes y demás personas interesadas, y después de tres semanas de debate, se obtuvo un anteproyecto del estatuto. Este fue explicado, graficado e ilustrado durante una asamblea general para la consulta de su aprobación, previo a dicha reunión, los productores artesanos plateros tuvieron acceso al borrador que fue repartido a cada miembro, lo que proveyó al debate informado (pidiendo explicaciones o aportaron con ideas).

Esta construcción democrática, contribuye a que haya mayor conocimiento de las reglas y normas que pautan los comportamientos tanto individuales como colectivos en la Asociación. Es por eso que durante las asambleas ordinarias y extraordinarias que se producen en la asociación, nunca hace falta el estatuto, sirviendo de sustento para la acción colectiva y la solución de problemas de índole organizativo.

Así, el estatuto como norma fundamental de la asociación, se encuentra estructurado de la siguiente forma:

⁴⁴ Véase pág. 88.

a) Capítulo I: De su denominación, domicilio y duración.

Este capítulo detalla la razón social y el tiempo de existencia de la asociación.

b) Capítulo II: De los fines y objetivos.

Como uno de los capítulos más centrales del estatuto, trata de las motivaciones y la razón de ser de la asociación, así como de los logros que se pretende alcanzar, coordinando esfuerzos basados en la unión, respeto y solidaridad de los miembros.

c) Capítulo III: De sus bienes patrimoniales.

Donde se estipula sobre los bienes, tanto materiales como económicos, que pertenecen a la asociación.

d) Capítulo IV: De la asamblea general de asociados. Define que la asamblea general de asociados es el principal órgano de gobierno; además especifica todas las atribuciones que son de su competencia.

e) Capítulo V: De la junta directiva.

Explica sobre los cargos y atribuciones que competen a las autoridades representativas de la asociación.

f) Capítulo VI: De las atribuciones y responsabilidades de los miembros de la junta directiva.

Detalla cada una de las funciones que deben desempeñar las autoridades de la junta directiva de la asociación.

g) Capítulo VII: Del consejo de vigilancia.

Precisa que el consejo de vigilancia está encargado del control y supervisión de la asociación, de las autoridades y su gestión. Entre otros reglamentos de su competencia.

h) Capítulo VIII: De los asociados, deberes y derechos, renuncia y expulsión.

Esta es una de las normas centrales que define, quienes son asociados, las condiciones para la admisión de nuevas personas, las obligaciones que se deben cumplir dentro de la asociación, las facultades de las cuales goza cada miembro, y los motivos que se consideran para la retirada o separación de un asociado.

i)Capítulo IX: De los estímulos y sanciones.

Puntualiza sobre los premios que merecen los asociados que hayan destacado por su dedicación, responsabilidad, puntualidad y respeto a la asociación, y por otro lado, los castigos a los cuales se someten los productores artesanos plateros que incumplan con el estatuto.

j)Capítulo X: Del régimen económico.

Determina sobre los aportes económicos ordinarios y extraordinarios que hacen los miembros a la asociación, sus usos y fines.

k) Capítulo XI: De las elecciones.

Como medio democrático de elección de autoridades, de la junta directiva y del consejo de vigilancia, este se rige por la creación de un comité electoral como instancia suprema que organiza, dirige y ejecuta el acto electoral. Señala asimismo otros reglamentos de su competencia.

l)Capítulo XII: De las modificaciones del estatuto.

Establece que el presente estatuto podrá ser modificado, previo acuerdo de la asamblea general de asociados.

m)Capítulo XIII: De su disolución

Asienta sobre los casos en los que la asociación decida su disolución: por acuerdo de la asamblea general o cuando no pueda funcionar de acuerdo a su estatuto y reglamentos.

Con los resultados obtenidos, se puede asegurar que el estatuto de la asociación produce:

Primero, una organización autosuficiente, porque el estatuto es el fruto más palpable, de un esfuerzo organizativo peculiar, que demuestra la

gran capacidad que tiene la asociación para gestionar la satisfacción de sus necesidades, sin la intervención de terceros (es decir controla y crea sus propios recursos organizativos).

Segundo, una organización autogestionaria, porque el estatuto es un medio que dirige y organiza pautada y permanentemente las acciones, funciones y la consecución de los objetivos y finalidades de la asociación.

III. Asistencia Regular a Reuniones

La asistencia a reuniones en una determinada organización implica que los miembros de esta, concurren puntualmente a las asambleas (tanto ordinarias como extraordinarias) convocadas por los órganos de gobierno, para hacer acuerdos, analizar las agendas y principalmente para la toma de decisiones sobre lo que respecta a la organización y sus acciones.

➤ La tendencia para el año 2008-2009 de la asistencia a las reuniones ordinarias en la asociación de artesanos plateros, es irregular.

Haciendo un análisis de los registros de asistencia, muestra que las reuniones ordinarias de los meses de enero y junio son los más concurridos por los miembros, mientras que las reuniones de marzo y mayo son las que registran menor cantidad de asistencia.

Esta disparidad se debe a que la asistencia en los meses de enero y junio es imprescindible por dos razones, primero porque se realizan los balances económicos y de gestión de las autoridades correspondientes, segundo porque al ser estas reuniones de suma importancia, la inasistencia es sancionada efectivamente hasta con 50 soles.

Entonces, la tendencia general de asistencia es irregular (es decir, no se puede afirmar con exactitud si tiende a crecer o a decrecer), y es resultado del nivel de importancia que los miembros asignan a los asuntos o acuerdos a ser tratados.

Sin embargo en todos los casos registrados de la asistencia a las asambleas ordinarias, todas gozan del llamado quórum o de la mayoría de miembros asistentes (el 50% de asistentes más 1), que califican a cada reunión como válida. Acogiéndose así, al estatuto que en el capítulo IV, Art. 10º dice “Para el quórum de la asamblea general de asociados, se requiere de la presencia de la mitad más uno en las reuniones, y sus acuerdos se tomaran por mayoría simple”. Esto se sustenta en un hecho democrático, que promueve la participación y la voz de la mayoría de asociados en la toma de decisiones de su organización.

Así, se puede afirmar que la asistencia a las reuniones en la asociación es legítima (por el respeto al estatuto, no solo al dar cumplimiento al quórum, sino también porque la asistencia es una obligación de todo asociado estipulado en el capítulo VIII, artículo 26º, inciso d, que refiere “son deberes de los asociados: asistir puntualmente a todas las reuniones y actividades a las que fueran convocados”).

Cabe destacar que el hecho de que la asistencia sea mayoritaria en la asociación, además de deberse a fuertes normas de sanción a los inasistentes (como multas que se cobran efectivamente), también se debe a los estímulos que amerita la puntualidad, como lo indica el artículo 48, del capítulo XI del estatuto de la asociación: “Para ser candidato a cargos directivos, debe haber asistido a las asambleas generales ordinarias y extraordinarias, como mínimo en un 50% en el periodo de la gestión vigente”. Esto es elemental, en la medida de que un candidato para la junta directiva de la asociación, debe tener compromiso, identificación, pero sobre todo, información sobre el contexto que afronta la asociación, para asumir eficientemente la gestión.

En todo caso, lo que interesa a la asistencia a reuniones para los fines de analizar la autogestión y autosuficiencia en la asociación de artesanos plateros, tiene que ver: primero, con que una asistencia mayoritaria es muestra de una organización en la que sus miembros tienen buena tendencia a participar y a preocuparse por los asuntos de su asociación; y segundo, esto favorece a una organización bien informada y por ende con capacidad de decisión.

Es decir, la asociación es capaz de controlar sus propios recursos organizativos para conseguir sus objetivos.

En Síntesis:

Como se pudo apreciar, los artesanos plateros empiezan a desarrollar su organización cuando obtienen su personería jurídica; esta le otorga a razón de dos cosas: primero, “autonomía” para crear y controlar sus propios recursos organizativos (como la creación de reglas claras que permiten la regulación del desempeño y función que cumple cada miembro en la asociación). Y segundo, “formalización” que le permite a la asociación iniciar acciones para el acceso a determinados bienes y servicios públicos.

En tal sentido, la autonomía y la formalización se traducen en capacidades de gestión, que al ser adquiridas por la asociación, generan en ella un fortalecimiento interno. Pues la organización es capaz de resolver sus propias necesidades mediante el control de sus propios recursos (por ejemplo creando un sistema de apoyo intragrupal).

4.2.2.- Resolución de Conflictos

Como bien se sabe, a partir del establecimiento de las relaciones entre personas, se dan las condiciones para que se genere un proceso contradictorio, pudiendo desembocar en los acuerdos más estables o las más agudas confrontaciones.

Los procesos de interrelación tienen siempre latente la aparición del conflicto. Por tanto, no se los debe considerar buenos o malos, simplemente inevitables.

Así un conflicto se define como un “Proceso que se inicia cuando una parte percibe que otra, ha afectado de manera negativa alguno de sus

intereses; por tanto este ocurre cuando dos o más valores, perspectivas u opiniones son contradictorias por naturaleza o no pueden ser reconciliadas”.⁴⁵

En la medida que no se resuelvan adecuadamente las contradicciones grupales o personales, se generara el conflicto, que es siempre un desgaste de energía y fuente de disolución. Por eso es necesario recrear las condiciones donde se pueda expresar, comprender y resolver.

Para la resolución de un conflicto (cuando logramos un acuerdo que soluciona las diferencias que se tenga con otra u otras partes), se necesita de la intervención de una serie de estrategias que pueden ser aplicadas de acuerdo al tipo de organización, del problema o simplemente del conocimiento del que disponen quienes se encuentran en el conflicto.

Así los tipos de resolución de conflictos son:

a) La Negociación: Las partes enfrentan, directamente, sin la intervención de un tercero, la solución de un problema.

b) La Mediación: Cuando las partes no pueden solucionar directamente una controversia y se interrumpen las conversaciones, pueden recurrir a un tercero neutral para que promueva el reinicio del diálogo a fin de que las partes desplieguen sus mejores esfuerzos en encontrar una solución. El tercero NO plantea alternativas de solución, únicamente se limita a ser un facilitador del diálogo.

c) La Conciliación: Cuando las partes recurren a un tercero neutral, quien además de convocar a las partes y facilitar el reinicio del diálogo, puede, de considerarlo necesario, hacer sugerencias de alternativas de solución para que sean evaluadas por las partes y de ser el caso, acordadas libremente. Las propuestas del conciliador, son sólo propuestas y por tanto las partes pueden no aceptarlas. La decisión está en las partes.

⁴⁵ Jundt, Fred E. “Ganar Ganar Negociando. Cómo convertir el conflicto en acuerdo”. Pág. 12.

d) El Arbitraje: En este caso, las partes delegan en un tercero neutral, la definición y la forma de solución de un conflicto. Las partes pueden nominar a los árbitros o aceptar los que una institución arbitral designe. Las partes tienen la facultad de definir los procedimientos.

El análisis de la resolución de conflictos en la asociación de productores de leche, tiene que ver con la capacidad que tienen los miembros para identificar, enfrentar y solucionar sus conflictos.

4.2.3. Democratización Organizacional

En términos organizativos, la democratización es un proceso que tiene lugar cuando se instaura en una determinada organización la democracia como órgano de gobierno, tanto si esto sucede por primera vez en la historia de la organización, o si se difunden e intensifican prácticas democráticas en la toma de decisiones⁴⁶.

Así mismo, la institución clave en una democracia, es la elección de representantes y autoridades por medio de elecciones competitivas. Esta dinámica, de la competencia, presupone libertad de expresión, donde la participación no sea inducida sino autónoma y que abarque a toda la organización; mayorías y minorías. La práctica de estas libertades lleva a que se demanden y se establezcan dentro del proceso de democratización, otras libertades.

Por tanto, la democratización, da lugar a órganos de gobierno que no solamente han sido elegidos, y que reflejan las opiniones del electorado, sino que además son responsables y gozan del consentimiento. Este consentimiento se relaciona con la aceptación de compartir valores fundamentales de la organización, así como también reglas de juego o procedimientos específicos.

Entonces, la democratización consiste en la apertura al debate público, mayor presencia de diversos actores sociales ocultos, libertad de expresión, y

⁴⁶ Huntington, S. "Condiciones para una democracia estable", pág. 12.

fundamentalmente las elecciones competitivas de autoridades. Para el caso de la asociación de artesanos plateros, es fundamental considerar los siguientes indicadores, que precisan la democratización organizacional:

I. Elección de Dirigentes

Para la elección de dirigentes en la asociación, se sigue el modelo democrático representativo y de elecciones. Este tiene su sustento en el estatuto, como institución democrática visible y práctica para la asociación.

Así, el estatuto establece un sistema democrático específico para el tema de las elecciones en la asociación, en el capítulo XI. Y esta a su vez se basa en los derechos de los asociados, en el artículo 27, donde se señala “son derechos de los asociados: elegir y ser elegido, tener derecho a voz y voto”.

De este modo, las elecciones para la junta directiva y la de vigilancia son por elección secreta y directa, por todos los asociados. Para esto, primero la asamblea general elige a un comité electoral (a fines del mes de noviembre del año en que deben ser llevadas a cabo las elecciones) que es la instancia suprema que organiza, dirige y ejecuta el acto electoral, siendo autónomo en sus funciones y sus fallos inapelables, siempre y cuando se ciñan al estatuto y reglamento electoral.

Así, para un mayor convencimiento de que las elecciones en la asociación son democráticas, a la encuesta para medir el capital social en la asociación, se aumentó unas preguntas respecto al tema, especialmente en el tema de la democratización.

El cuadro 43 arroja el siguiente resultado:

Cuadro N° 43
FORMA DE ELECCION DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN
ARTESANOS.

Elección de Junta Directiva	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A través del voto de todos los miembros	80	100
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ Todos los encuestados afirmaron que las elecciones en la asociación se dan a través del voto de todos los miembros, demostrando el respaldo que demuestran a sus reglas normas y por ende a su Estatuto establecido en la Asociación.

En definitiva, lo que refleja la elección de autoridades en la asociación es un hecho democrático, y como tal, acentúa la capacidad de decisión que desarrolla la organización.

Así, el elegir representantes, encierra un poder fundamental de decisión porque significa: por un lado, que la voz y la opinión de los miembros son tomados en cuenta y respetados, y por otro, que los representantes deben ser legitimados (es decir reconocidos y respaldados) por la mayoría, para que puedan actuar en nombre y por el interés del colectivo.

III. Transparencia en el Flujo de Información:

Hablar de información, es hablar de poder (Rowlands, Jo⁴⁷), las personas bien informadas están mejor preparadas para aprovechar las oportunidades, obtener servicios, velar por sus derechos, negociar

⁴⁷ Id. Pág. 34.

eficazmente y controlar las acciones de sus autoridades. La información debe ser relevante, oportuna, clara y comprensible.

En la asociación artesanos plateros, la información circula libremente entre los miembros, es más notable en las asambleas generales ordinarias y extraordinarias, donde se informa sobre las gestiones, acciones, etc. que se vienen realizando.

La transparencia en el flujo de la información es aún más visible y trascendental a la hora de la “rendición de cuentas”⁴⁸. En la asociación se da en forma de balance económico, donde las autoridades por reglamento, rinden cuentas de sus acciones y del uso de los fondos. Esta se realiza en los meses de junio y diciembre, para informar como se va manejando la contabilidad financiera de la organización.

Ordinariamente para un balance económico en la asociación, primero se cita a una asamblea general (previa aprobación del balance por parte de la junta de vigilancia) a todos los miembros de la asociación (tal y como lo especifica el estatuto), luego se comprueba la asistencia del quórum (mayoría) respectivo y se procede a repartir a cada miembro, una hoja que indica los ingresos que se obtuvieron por diversos aportes, y los egresos en que fueran utilizadas tales contribuciones para realizar determinadas acciones (la redacción del informe es claro y comprensible para los asociados).

Del informe presentado y las explicaciones realizadas, los miembros pueden hacer observaciones, en caso de fallar las sumatorias efectuadas, en caso de que no haya conformidad con los gastos, etc. Las autoridades tendrán el deber de resolver y aclarar las dudas que se originaran, o en casos extremos presentar a las personas interesadas, las boletas y recibos que comprueben los gastos realizados.

Finalmente, la asamblea general aprueba el balance económico (que consta en el libro de actas), pero en caso de no ser aprobado, las autoridades tendrán que levantar en una siguiente reunión las

⁴⁸ Véase balance económico en anexo.

observaciones, bajo la fiscalización de la de la junta de vigilancia, o si fuese necesario de 2 fiscalizadores elegidos por la misma reunión, como una comisión específica encargada de analizar las deficiencias detectadas en dicho balance económico.

Con esto, se comprende que la transparencia en el flujo de la información en la asociación es buena, y para corroborar con estas observaciones, veamos los siguientes cuadros.

Cuadro N° 44
LAS AUTORIDADES DE LA ASOCIACION INFORMAN SOBRE SU GESTIÓN

INFORME DE GESTION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	95
Casi siempre	4	5
No	0	0
TOTAL	80	100

Fuente: Encuesta aplicada a los Productores Artesanos Plateros de San Jerónimo de Tunan

➤ El 95% de los encuestados refirió que las autoridades de la asociación brindan información completa sobre su gestión a través de las asambleas generales, pero un 5% manifiestan que casi siempre informan sobre su gestión en tanto a los logros y dificultades que se presentaron en la Asociación durante el periodo de su Gestión y cabe resaltar que No y/o Nunca dejan de informar las autoridades sobre los resultados obtenidos en su Gestión.

En Síntesis:

Al analizar las prácticas democráticas en la asociación, se observa que estas se vienen intensificando a través de elecciones democráticas libres y justas, de la inclusión y participación de actores sociales considerados débiles en la toma de decisiones y la existencia de transparencia en el flujo de la información en la organización.

Dicha democratización, es indicador de un proceso de fortalecimiento organizacional, porque hace que la asociación empiece a adquirir capacidades tan fundamentales como la decisión y el control.

En el caso de la decisión, se observa como la organización es capaz de incluir los intereses y necesidades de las mayorías (equilibrando el poder para aquellos actores que tienen menor capacidad para participar). Lo que hace de la asociación un espacio que fortalece, al colectivo y a los individuos, para que sean protagonistas de su organización y para que tengan el poder de elegir el destino de sus vidas.

En el caso del control, se puede decir que el colectivo, tiene la capacidad de velar por sus intereses y el buen funcionamiento de su organización, gracias a que los miembros poseen el poder de exigir y acceder a una información relevante y oportuna de su organización.

4.3. Discusión de Resultados

4.3.1. La Asociación de Productores Artesanos Plateros en San Jerónimo de Tunan: Su Importancia en la Formación de Capital Social

En la hipótesis de la presente investigación se enunció que: **La cultura organizacional que va construyendo el productor artesano platero en el distrito de San Jerónimo de Tunan, se caracteriza por el fortalecimiento de su capital social promoviendo en ellos un cambio de actitudes y mentalidades**

Con los resultados obtenidos en la investigación, pasaré a analizar y a comprobar tal conjetura.

Primero: Entendemos por capital social a los siguientes aspectos:

Las **redes sociales** en la Asociación productores artesanos plateros, se concluyó que estas parten de la familia como el primer escalón en la cadena de redes de reciprocidad y solidaridad (los artesanos plateros recurren a sus vínculos familiares solicitando apoyos para mejorar sus

condiciones de vida y alcanzar sus objetivos), luego dichos vínculos se prolongan hasta los amigos (que son un recurso que se utiliza en el “pedido de ayuda” en situaciones de necesidad y en intercambio de favores, construyéndose así lazos permanentes de apoyo recíproco entre quienes brindan el favor y quienes lo reciben) y los grupos sociales que se conforman al interior de la Asociación de artesanos plateros (que se van formando según las necesidades e intereses, haciendo que las relaciones entre estos, sean más cercanas al compartir ciertos objetivos comunes).

Como se aprecia, las redes sociales en la asociación de artesanos plateros, son vínculos personales (cercanos e íntimos) que tienen las personas, con lazos de solidaridad y reciprocidad. Pero además, dichas redes personales tienden a extenderse cada vez que los artesanos plateros buscan satisfacer necesidades más amplias (como el acceso a determinados bienes y servicios públicos que solo se consiguen organizadamente).

Así los artesanos plateros son conscientes de que un trabajo colectivo les genera mucho más beneficios que uno individual, por ende se unen y transforman las relaciones de reciprocidad y solidaridad en relaciones de confianza y cooperación organizacional.

Por un lado, **la confianza** organizacional se basa en que los artesanos plateros al mantener relaciones cercanas e íntimas, comparten los mismos valores, necesidades, circunstancias e intereses. Entonces existe una mayor predisposición de las personas para confiar en la organización, lo cual favorece a la cooperación y a una interacción social más previsible y fluida entre los miembros.

Sin embargo este valor, es restringido (como un recurso privado) y beneficia solo a quienes pertenecen a la Asociación (porque no se extiende a otras organizaciones o grupos que se encuentran fuera de esta). Esto sucede porque la relación confiable con otros colectivos es poco frecuente e implican escasa intimidad. Por tanto los lazos de confianza entre artesanos son fuertes, tendiéndose así a construir un capital social cerrado.

De igual modo **la cooperación** (que es el trabajo y la colaboración para conseguir beneficios colectivos), se asienta sobre las bases de la confianza organizacional; pero además, se basa en la existencia de normas formales e informales, que hacen que primen los intereses colectivos antes que los individuales (generándose mecanismos estables de ayuda mutua, sanciones claras y efectivas para reducir el comportamiento individualista).

Institucionalizándose de este modo las relaciones de solidaridad, reciprocidad, confianza y cooperación (como capital social colectivo).

Con todo lo analizado hasta esta parte, vemos como la cooperación y la confianza, son valores colectivos que tienen los artesanos plateros y que los llevan a formar una organización cohesionada (que es capaz de trabajar colectivamente persiguiendo un mismo fin y apuntando al bienestar colectivo). Pero, estos valores además, hacen de la Asociación una organización cerrada, cuyos vínculos de solidaridad, reciprocidad, confianza y cooperación, solo benefician a sus miembros.

Esto pese a que genera consecuencias negativas como la escasa movilidad social y el limitado desarrollo de las libertades individuales. Son una respuesta de protección que han creado los miembros artesanos plateros en su organización, contra formas de discriminación, exclusión y marginación a la cual le someten localidades urbanas. Y que finalmente hacen de la Asociación una organización cerrada, pero con un capital social fuerte.

Entonces, con los resultados obtenidos, se corrobora que el capital social colectivo de la Asociación de artesanos plateros, como se vio, se asienta sobre uno individual, donde las redes sociales de solidaridad y reciprocidad que mantienen familias, amigos y grupos, se extiende hasta la conformación de una organización integrada que desarrolla valores de confianza y cooperación.

Sin embargo como todo en la vida no es perfecto, el capital social de los artesanos plateros, se ve amenazado por ciertos factores que limitan su fortaleza. Dichos factores nacen del individualismo y son:

- La competitividad (que promueve la rivalidad entre los miembros de la organización por obtener mayores ventajas económicas, desarrollando actitudes egoístas y la búsqueda del éxito personal por sobre el colectivo).

- Y la movilidad social (permite que los miembros de la organización, en búsqueda de ascender en el estatus socioeconómico, desarrollen prácticas de “distinción social”).

Cabe destacar que estos factores son invisibilizados por una organización unida, que comparte considerables valores. Pero que igual, son una alarmante posibilidad de fragmentación social a largo plazo. Razón por lo cual, los miembros de la Asociación tendrán que reconstruir permanentemente su tejido cooperativo.

4.3.2. Construcción de una Cultura Organizacional en los Artesanos Plateros.

La Asociación de artesanos plateros como organización, empieza a ganar importancia (es decir gana espacio social), cuando adquiere tres capacidades fundamentales: la gestión, la decisión y el control. Capacidades que la dotan de un fortalecimiento organizacional, que le permite ascender de un estado de marginación hacia un estado donde empieza a ganar protagonismo.

Así, la capacidad de gestión se observa cuando la Asociación(al obtener su personería jurídica como asociación), gana “autonomía” para crear y controlar sus propios recursos organizativos, lo cual le facilita formalmente, iniciar acciones para acceder a determinados bienes y servicios públicos (es decir desarrolla capacidades de autogestión y autosuficiencia).

En el caso de la decisión, los artesanos plateros empiezan a ganar esta capacidad, cuando los miembros desarrollan habilidades para analizar y solucionar sus problemas cotidianos, de manera tal, que son capaces de tomar decisiones objetivas y racionales, para enfrentar sus dificultades. Lo

que permite que se encuentren preparados para dirigir el rumbo de su organización (referente a la resolución de conflictos).

Asimismo, dicha capacidad, permite que los intereses y necesidades de las mayorías sean escuchados y respetados. Lo que hace de la Asociación, un espacio que genera protagonismos (al colectivo y a los individuos), para que tengan el poder de elegir el destino de sus vidas (refiriendo a la democratización organizacional).

Sobre la capacidad de control, vemos como los miembros de la Asociación de artesanos plateros velan por sus intereses y el buen funcionamiento de su organización, porque poseen el poder de exigir y acceder a una información relevante y oportuna sobre el desarrollo de su organización.

Por consiguiente, la Asociación emprende un proceso donde adquiere mayor autonomía y control, mediante la obtención de capacidades que le otorgan poder para decidir, escoger y dirigir el rumbo de su organización.

Pero dicha importancia social no solo se da a nivel colectivo, sino, repercute también a un nivel individual, pues las personas aprenden a tener un mayor control de sus propias vidas, se sienten más ciudadanos, se sienten con un poder real para hacer de la Asociación de artesanos plateros un mejor lugar para vivir.

4.3.3. Influencia del Capital Social en la Construcción de Cultura Organizacional de la Asociación de Productores Artesanales Plateros.

Después de haber analizado el capital social y la importancia social que viene emprendiendo la Asociación de artesanos plateros. Ahora veremos como al relacionar ambas variables y a explicar la influencia que produce la primera, sobre la segunda.

El capital social que posee la Asociación de artesanos plateros, se manifiesta en una organización sólida y cohesionada, que es capaz de actuar cooperativamente persiguiendo el bienestar colectivo, debido a que los

miembros comparten intereses, necesidades, valores, objetivos, relaciones, etc.

En tal sentido, la organización buscando el bienestar colectivo, procura acceder a determinados bienes y servicios públicos, encontrándose ante un contexto gubernamental ausente de una prestación eficaz y eficiente de servicios públicos, que más bien, margina y excluye a colectivos locales.

Ante este panorama, la organización se ve obligada a fortalecerse para satisfacer sus propias necesidades, empezando así a desarrollar capacidades para tomar decisiones, administrar sus recursos y enfrentar momentos de crisis. Lo cual la lleva a empoderarse, pues al adquirir dichas capacidades, obtiene un poder para dirigir y controlar el rumbo de su colectivo.

Por tanto, el capital social que mantiene los artesanos plateros, promueve el inicio del proceso de construcción de una cultura organizacional muy particular. Pues como se vio, una organización sólida se encuentra mucho más predispuesta a fortalecerse para afrontar un contexto crítico, lo cual le permite iniciar una senda de mayor protagonismo, para solucionar y satisfacer sus propias necesidades e intereses.

El proceso de construcción de una cultura organizacional (que recién se inicia), debe continuar a largo plazo, hasta que la organización sea capaz de intervenir en la toma de decisiones a nivel local y regional. Por ende, observamos como la organización, va ascendiendo de un estado de escaso poder, a uno mayor, aumentando el abanico de sus oportunidades.

Ahora bien, veamos detalladamente como el capital social a través de sus características, permite que la organización adquiera características que le permiten crear un modelo particular de cultura organizacional:

1ro.- Las redes sociales promueven la adquisición de la capacidad de gestión:

Las relaciones cercanas de reciprocidad y solidaridad que mantienen los productores artesanos plateros, son un motor organizativo, pues hace que el colectivo despliegue acciones para conseguir el bienestar común.

Por ejemplo, cuando la organización se formaliza en asociación, instauro el valor de la solidaridad (apoyo al prójimo) como una normatividad colectiva que se institucionaliza en el estatuto, a través de la creación de fondos, que permiten proveer de auxilios económicos a los productores que se encuentran en situaciones críticas.

Así, se observa como las relaciones de solidaridad, son una fuente de organización que motiva a los artesanos plateros, a crear recursos colectivos para mantener dichos vínculos formalmente y satisfacer así sus propias necesidades (capacidad de autogestión).

Además, el hecho de que los artesanos plateros se hayan organizado para conseguir su personería jurídica (situación que le ha facilitado formalmente a la organización, controlar sus propios recursos e iniciar acciones para satisfacer sus propias necesidades). Es una clara muestra de que los vínculos fuertes y cercanos que mantienen los miembros, sirven de base para que la organización trabaje unida en pro de conseguir sus objetivos.

2do.- Las relaciones de cooperación motivan la adquisición de las capacidades de decisión y control:

La confianza es un valor colectivo que tienen los artesanos plateros y que los predispone a cooperar por objetivos comunes. Esto permite que los miembros participen e intervengan activamente en la vida social de la organización (solucionando sus problemas, creando objetivos, etc.). Por ende, hacen injerencia permanentemente en la toma de decisiones que decide el rumbo de la organización.

Pero la toma de decisiones, no solo es resultado de la confianza que tienen los miembros para cooperar y participar en la organización, sino, parten también de una conciencia que tienen los artesanos plateros, de que las decisiones que se tomen en la organización, finalmente afectarán la vida de cada uno de ellos. En consecuencia participan activamente de ella.

Ahora bien, dicha participación activa les permite a los miembros estar informados de las cosas que suceden en la organización, lo cual les da el poder para controlar su buen funcionamiento y vigilar que las decisiones que se tomen sean cumplidas. Y de este modo dirigir la organización.

3ro.- La cohesión origina una organización particular con una cultura organizacional particular:

El hecho de que la Asociación sea una organización unida, se debe a que sus miembros tienen una predisposición para actuar colectivamente, persiguiendo un mismo objetivo (pues comparten intereses, valores, etc.). Lo cual conlleva, a que las voces de las mayorías sean escuchadas y tomadas en cuenta para decidir el rumbo de la organización, haciendo a cada artesano platero y al colectivo mismo “protagonistas” (incluso aumentando el poder de participación para aquellos actores que normalmente se encuentran relegados).

Por tanto, la Asociación es un espacio de importancia en la cohesión social, que fortalece al colectivo y a los individuos, para que sean protagonistas de su organización y para que tengan el poder de elegir el destino de sus vidas.

Se puede decir entonces, que las relaciones estables de solidaridad, confianza, cooperación, de unidad e integración, promueven que la Asociación adquiera mayor autonomía y control, para dirigir, elegir y decidir el rumbo de su organización.

*“Entonces el capital social es un activo importante que puede disminuir la vulnerabilidad, aumentar las oportunidades, y **dar poder a las organizaciones y a las comunidades locales**”⁴⁹.*

En la Asociación de artesanos plateros, la obtención de determinados servicios y bienes (que mejoran las condiciones de vida de

⁴⁹ Robinson, Lindon. 2003. “El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro”. Pág 123.

su población) y recursos ínter organizacionales (para la prevención del delito, fondos rotatorios, resolución de conflictos, empresas asociativas más rentables, etc.), son resultado de la utilización de los mejores valores del individuo y de los grupos (capital social), para enfrentar y resolver sus problemas comunes, mediante el desarrollo de sus propias capacidades (cultura organizacional).

Con toda la explicación generada, se puede comprender que la lógica organizativa de la Asociación, nos muestra las grandes posibilidades y capacidades que tienen muchos colectivos locales (sean comunidades, organizaciones, grupos, etc.) para asumir su propio desarrollo.

En tal sentido, la conservación de valores culturales tradicionales como la cooperación, la solidaridad, la confianza y la unidad, son fundamentales para impulsar el progreso de comunidades pobres. Pues una organización basada en tales valores, es capaz de aprovechar mejor las oportunidades.

Es también importante que las organizaciones no solo se creen y actúen eventualmente, sino, que se fortalezcan para que tomen las riendas de su propio destino. Hablamos entonces, de la necesidad de su cultura organizacional, como una forma en la que individuos y grupos ganan poder, a partir del desarrollo de sus propias capacidades. Pues el poder, cuando se empieza desde una posición desventajosa, no lo otorga, regala o equilibra nadie, “este parte de uno mismo”⁵⁰, de las ganas de cambiar un destino lleno de dificultades.

Por tanto, el gran mensaje que los artesanos plateros nos transmiten desde la vida cotidiana de su organización, es percibir a la pobreza no como un problema, sino como una oportunidad para prosperar.

Finalmente, queda solo nombrar que la Asociación de artesanos plateros pronto atravesará una crisis por la competencia de otros comerciantes independientes con mayor capital económico y tecnológico para su producción.

⁵⁰ Gita Sen. “El empoderamiento como un enfoque a la pobreza”. Pág. 3.

Entonces, así como la necesidad de mejorar sus condiciones de vida los llevo a organizarse y a tomar las riendas de su organización, también los llevará a afrontar problemas de tal magnitud. Por tanto, sabremos que nos encontramos ante una organización que podría convertirse (sin exagerar) en un modelo de desarrollo para comunidades locales.

CONCLUSIONES

❖ El capital social de la Asociación de artesanos plateros, parte de redes sociales de solidaridad y reciprocidad que mantienen familias, amigos y grupos de los productores, que se extienden, hasta la conformación de una organización sólidamente unida, que desarrolla valores de confianza y cooperación y reconocimiento mutuo.

❖ La Asociación de artesanos plateros como organización, empieza a ganar importancia social en el entorno del artesano platero, cuando adquiere tres capacidades fundamentales: la gestión, la decisión y el control. Capacidades que la dotan de un fortalecimiento organizacional, que le permite ascender de un estado de marginación hacia un estado donde empieza a ganar protagonismo.

❖ El capital social promueve en la Asociación de artesanos plateros un proceso de construcción de una cultura organizacional particular y el desarrollo de capacidades que permite una red social duradera que produce un potencial social suficiente para realizar una mejora sustancial de las condiciones de vida y garantizar la sostenibilidad de su organización.

❖ Una organización sólida que es capaz de actuar cooperativamente persiguiendo el bienestar colectivo (debido a que sus miembros comparten intereses, necesidades, valores, objetivos, relaciones, etc.), se encuentra mucho más predispuesta y preparada para fortalecerse (es decir adquirir capacidades), para afrontar situaciones adversas, lo cual le permite tomar las riendas de su destino y empezar a obtener un mayor protagonismo para satisfacer sus propias necesidades e intereses.

RECOMENDACIONES

❖ En cuanto al capital social, se identificó dos factores que le limitan: la competitividad (que promueve la rivalidad entre los miembros de la Asociación de productores de Plateros por obtener mayores ventajas económicas), y la movilidad social (que permite que los artesanos plateros desarrollen prácticas de “distinción social”). Aunque dichos factores se encuentran invisibilizados por un capital social sólido, no cabe duda que son una alarmante posibilidad de fragmentación social a largo plazo.

❖ En este sentido, jugara un rol muy importante el hecho de que los miembros de la Asociación redescubran y reconstruyan (durante los años por venir) sus múltiples recursos y relaciones de apoyo mutuo, para enfrentar los cambios sociales que se les avecinan. Perennizando así, esas relaciones de solidaridad, cooperación y confianza, que los llevó a salir de la pobreza y la marginación.

❖ Cabe exhortar que el proceso de construcción de una cultura organizacional particular que recién se inicia, debe continuar y fortalecerse no solo para alcanzar la satisfacción de necesidades inmediatas, sino para afrontar problemas medioambientales y de estabilidad económica de largo plazo (aprovechando las múltiples oportunidades de financiamiento estatal y externo para el desarrollo de programas y proyectos que ofrecen los organismos públicos y privados).

❖ Es fundamental que los gobiernos de turno aprendan la lógica de funcionamiento de muchas organizaciones locales, cuya experiencia se debe aprovechar para en causar una verdadera democracia y superar colectivamente la pobreza, a partir de un desarrollo endógeno.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Atria, Raúl.** 2003. "Capital social: concepto, dimensiones y estrategias para su desarrollo". En CEPAL. Santiago de Chile.
2. **Arriagada, Irma.** 2003. "Capital social: potencialidades y limitaciones analíticas de un concepto". Serie de seminarios y conferencias. En CEPAL.
3. **Arocena, Jose.** 1995. "El desarrollo local: un desafío contemporáneo" Serie Nueva Sociedad. Caracas.
4. **Batliwala, Srilatha,** 1993. "Empoderamiento de las mujeres en Asia: Conceptos y Practicas". Serie voces de los pobres, disponible en www.worldbank.org.
5. **Boulding, K.** 1993. "Las tres caras del poder", Artículo en www.worldbank.org.
6. **Bravo R.** 2002. "La cultura organizacional comunitaria". En colección de ciencias sociales de la universidad de Chile. Bravo y Allende Editores. Santiago de Chile.
7. **Brivio, A.** 2003. "La autogestión comunitaria". En www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/autogestiocomuni.htm.
8. **Castro M. y Llanes J.** 2005. "Empoderamiento: un proceso que se logra con el desarrollo de capacidades". Artículo extraído de Internet.
9. **CEPAL, PNUD.** 2005. "Pobreza, Marginalidad e Integración Social", Capítulo XI.

10. **Cornell Empowerment Group.** 2000. "Empoderamiento y familia". Boletín informativo. Washington D.C.
11. **Durand Ponte Víctor Manuel.** 2002. "El imperio de la desconfianza: debilidad mexicana". Acta Sociológica Nº 36, Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.
12. **Friedman, John.** 1992. "Empoderamiento: las políticas de desarrollo alternativo". Organización mundial de la salud.
13. **Gita, Sen.** 1997. "El empoderamiento como un enfoque a la pobreza". PNUD.
14. **Informe del BID.** 2004. "La cohesión social en América Latina y el Caribe". Departamento de desarrollo sostenible, Washington DC.
15. **Kaztman, Ruben.** 1999. "Activos y Estructuras de oportunidades. Estudios sobre las raíces de la vulnerabilidad social en Uruguay". PNUD-CEPAL.
16. **Lisakka Laura.** 2007. "Medición del capital social y aplicaciones". Artículo extraído de Internet.
17. **Macarena López.** 2001. "Una revisión del concepto y evolución del capital social". Artículo del grupo de investigación FEDRA de la Universidad de Cádiz. España.
18. **Michael Woolcock y Deepa Narayan.** 2000. "Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre desarrollo". Artículo del BID.
19. **North Putnam en DURSTON, John.** 2000. ¿Qué es el capital social comunitario? Santiago Chile, Serie Políticas Sociales, División de Desarrollo Social, CEPAL. Santiago de Chile.

20. **Ocampo, José Antonio.** 2005. "Reconstruir el futuro. Globalización, desarrollo y democracia en América Latina". CEPAL, Grupo editorial Norma.
21. **Portes A. 1998.** "Capital social: sus orígenes y aplicaciones en la teoría moderna". En fondo de la cultura económica. New York.
22. **Robinson, Lindon.** 2003. "El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro". Perú, CEPAL.
23. **Requena Santos Felix.** 1991. "Redes sociales y mercado de trabajo. Elementos para una teoría del capital relacional". CIS, Madrid, España.
24. **Tironi, E.** 2005. "El sueño chileno. Comunidad, familia y nación" en el Bicentenario, Edit. Taurus, Santiago de Chile.
25. **Vargas Forero G.** 2001. "Hacia una comprensión del capital social". Artículo extraído de Internet.

❖ **Internet:**

www.pnud.org

www.bid.org

www.worldbank.org

www.fcpolit.unr.edu.ar

www.cepal.org

www.eclac.org

ANEXOS

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS ARTESANOS PLATEROS DEL
DISTRITO DE SAN JERONIMO DE TUNAN**

OBJETIVO: La presente tiene como objetivo que los artesanos plateros nos brinden información sobre la construcción de su capital social y su cultura organizacional en términos individual y colectivo, dentro de la asociación de artesanos.

I.- DATOS GENERALES DEL ARTESANO:

Lugar de Residencia habitual:.....

Lugar de nacimiento:.....

Edad:..... Grado de Instrucción:.....

Ingreso Mensual Promedio:.....

II.- CARACTERISTICAS SOCIALES DE LOS PRODUCTORES ARTESANOS PLATEROS

2.1.- ¿Por cuantas personas está compuesta su hogar?

a.-	Entre 1 y 3	
b.-	Entre 4 y 6	
c.-	Entre 7 y 9	

2.2.- Los artesanos plateros del distrito qué relación mantienen entre sí:

a.-	Familia o relaciones de parentesco	
b.-	Proviene de otro lugar	
c.-	Trabajo	
d.-	Somos Vecinos	

2.3.- ¿Lugar de Procedencia de los artesanos plateros?

a.-	San Jerónimo	
b.-	Cerro De Pasco	
c.-	Comas	
d.-	Huancavelica	
e.-	Ayacucho	
f.-	Otros:	

2.4.- ¿Cuántas personas de su entorno mas cercano les brinda apoyo cuando se presentan problemas?

a.-	Entre 1 a 2	
b.-	Entre 3 a 4	
c.-	Entre 5 a más	

2.5.- ¿Sus vecino están dispuestos a cuidar a sus hijos cuando UD. lo necesita?

a.-	Si	
b.-	Posiblemente	
c.-	No	

2.6.- ¿Cuántas veces participaron en una festividad de amigos y vecino?

a.-	Entre 1 y 2	
b.-	Entre 3 y 4	
c.-	Entre 5 y 6	

2.7.- ¿Cuál cree Ud. Que es el nivel económico de sus vecinos?

a.-	Similar	
b.-	Inferior	

III.- NIVELES E INTERESES DE PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTORES

ARTESANOS PLATEROS:

3.1.- ¿En qué grupo participa Ud. Con más interés?

a.-	Grupos religiosos	
b.-	Vaso de leche	
c.-	Comedores populares	
d.-	Club deportivo	

3.2.- ¿Que beneficios cree que le genera a Ud. Participar en esos grupos?

a.-	Mejora la economía de mi hogar	
b.-	Los artesanos se benefician	
c.-	Diversión / recreación	

3.3.- ¿Las personas de su entorno lo apoyan cuando Ud. Lo necesita?

a.-	Si	
b.-	No	
c.-	A veces	

3.4.- Hace cuanto tiempo pertenece a la asociación y cual es tu tipo de relación?

TIEMPO DE PERMANENCIA:

a.-	Entre 1 y 5 años	
b.-	Entre 6 y 10 años	
c.-	Entre 11 y 20	
d.-	Entre 21 y 30	

COMO SE LLEVAN:

a.-	Ni bien ni Mal	
b.-	Bien	
c.-	Muy Bien	

3.5.- Cuales son las razones para tenerse confianza entre los artesanos plateros?

a.-	<i>Porque si no son mal vistos por los demás</i>	
b.-	Porque son familiares y amigos	
c.-	Porque nunca te defraudan	
d.-	No confían	

3.6.- Cual es el nivel de confianza entre Uds. los artesanos?

a.-	Mejorado	
b.-	Se ha mantenido	

3.7.- La actividad artesanal les genera estabilidad económica por?

PORQUE:

a.-	Los trabajos artesanales	
b.-	Siempre de la artesanía	
c.-	Es mi única fuente de trabajo	
d.-	Le da ingresos a mi familia	

LES GENERA ESTABILIDAD ECONOMICA:

a.-	Si	
b.-	No	

3.8.- Ud. Como artesano que prefiere?

a.-	Permanecer en el distrito	
b.-	Migrar y buscar nuevas oportunidades	
c.-	No Saben	

3.9.- Cual es la frecuencia de apoyo de la asociación a sus miembros?

a.-	Muchas	
b.-	Algunas	

3.10.- Como contribuyen Uds. en su propio beneficio?

a.-	Con tiempo y dinero	
b.-	Solo con tiempo	

3.11.- ¿Cómo se han beneficiado al pertenecer a la asociación de artesanos?

a.-	Insumos para la producción	
b.-	Agua y electrificación	
c.-	Crédito o ahorro	
d.-	Alimentación	
e.-	Educación	

3.12.- ¿Cual es el objetivo de la asociación de artesanos?

a.-	Esforzarnos por producir artesanía de calidad para vender más en el mercado.	
b.-	Con mucho trabajo mejorar los diseños para elevar la cantidad y vender mejor.	
c.-	Vender productos industrializados de buena calidad.	
d.-	No saben / no se acuerdan	

3.13.- ¿Conoce cuál es la finalidad de la asociación?

a.-	Ser líderes en el mercado	
b.-	Tener una producción de calidad	
c.-	Ser los mejores en la venta artesanal	
d.-	No saben / no se acuerdan	

3.14.- ¿Conoce Ud. el estatuto de la asociación?

a.-	Si	
b.-	No	
c.-	No completamente	

3.15.- Sabe si lo cumplen?

a.-	Si	
b.-	Casi siempre	
c.-	No	
d.-	Casi nunca	

3.16.- La participación en la Asociación es?

a.-	Voluntaria	
b.-	Obligatoria	
c.-	Ambas	

3.17.- Cual cree que es la proporción de artesanos que contribuyen de manera efectiva?

a.-	Todos	
b.-	Más de la mitad	
c.-	Menos de la mitad	

3.18.- Las personas que no participan son criticadas?

a.-	Muchas	
b.-	Algunas	

3.19.- Cuales cree que son las virtudes de los lideres de la asociación?

a.-	Hacen bien las cosas	
b.-	Son honestos	
c.-	Son gente conocida	
d.-	Son buenas personas	

3.20.- Como califica la gestión de las autoridades de la asociación?

a.-	Muy buena	
b.-	Buena	
c.-	Regular	
d.-	Mala	

3.21.- Como toma decisiones el responsable de la asociación?

a.-	El líder consulta a los miembros	
b.-	Los miembros analizan la situación y deciden en conjunto	

3.22.- Diga Ud. cual es la proporción de personas que participan en las actividades programadas en la asociación?

a.-	Todas	
b.-	Más de la mitad	
c.-	La mitad	

3.23.- Como es la participación?

a.-	Voluntaria	
b.-	Obligatoria	
c.-	Ambas	

3.24.- Cual es el requisito para ser miembro de la asociación?

a.-	Decisión propia	
b.-	Trabajar en la Asociación	
c.-	Ser respaldado por un familiar de la Asociación	

3.25.- Como contribuye a la asociación?

a.-	Participando en sus actividades	
b.-	Trabajando	

3.26.- Cual es la influencia de la asociación en su vida cotidiana?

		Varón	Mujer
a.-	Gran influencia		
b.-	Poca Influencia		
c.-	Ninguna Influencia		

3.27.- Cuales son las diferencias entre los artesanos?

a.-	Los ingresos económicos	
b.-	Creencias religiosas	
c.-	Entre generaciones jóvenes y viejas	
d.-	Entre hombres y mujeres	
e.-	No tenemos diferencias	

3.28.- Existen conflictos al interior de la asociación?

a.-	Si	
b.-	No	

3.29.- Existen personas impedidas de participar en la asociación?

a.-	Tienen diferente ocupación	
b.-	Cuando no son respaldados por algún productor artesano	
c.-	Se deja participar a cualquiera	

3.30.- Cuanto tiempo permanece en la asociación y cuál es su ingreso promedio mensual?

INGRESO ECONOMICO MENSUAL

a.-	Entre 300 y 499	
b.-	Entre 500 y 699	
c.-	Entre 700 y 899	
d.-	Entre 900 y 1099	
e.-	Entre 1100 y 1500	

TIEMPO DE PERMANENCIA:

a.-	Entre 1 y 5 años	
b.-	Entre 6 y 10 años	
c.-	Entre 11 y 20 años	
d.-	Entre 21 y 30 años	

3.3.1.- Las autoridades de la asociación informan sobre su gestión?

a.-	Si	
b.-	Casi siempre	
c.-	No	

RECOPIACION DE DE DATOS E INFORMACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE JOYERIA Y PLATERIA DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO DE TUNAN



RECOPIACION DE DE DATOS E INFORMACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE JOYERIA Y PLATERIA DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO DE TUNAN



RECOPIACION DE DE DATOS E INFORMACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE JOYERIA Y PLATERIA DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO DE TUNAN



RECOPIACION DE DE DATOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE JOYERIA Y PLATERIA DEL DISTRITO DE SAN JERONIMO DE TUNAN



