



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

Comisión de preparación

Fecha: 03 de febrero del 2020 | Hora: 09:00 h | Lugar: Videollamada por Zoom

Organizador

Tipo de reunión

Responsable

Asistentes:

Constantino de Llano
Wanda Rodríguez
Adriana Gómez Chico
José Antonio Forzán
Mariela Ezpeleta
Memo Tepanecatl
Carola Díez
Ignacio Arbesú
Marcela Ibarra
Fernando Milanés
Manuel Gómez
Confederación USEM
Antonio Sánchez
Maricarmen
Andrés Lira
Germán Campos
Pilar Mariscal
Leonardo Arzamendi
Mariano Yarza
Lucila Servitje
A. De Kerpel
Rosa Elena Ortiz

| Minuta

USEM

Encuentro del mundo del trabajo: Mesa de trabajo
sobre economía social y solidaria

USEM

Alejandro Álvarez
Facultad Responsabilidad Social
Anáhuac
Gabriela Mendieta
Gustavo Maldonado
Irezebal Vilaclara
Germán Santillán
Carlos Ludlow
Carlos Zarazúa
Manuel Fitz
Gerardo A. O.
Rogelio Gómez H.
Agustín Núñez
Gabriela Rojas
M Sáenz
Raúl Hernández
Manolo Vega
Karen Vélez
Jesús Rivera
Lourdes Gómory
Mauricio Fernández

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

Agenda del día:

1. Bienvenida y presentación
2. Presentación de experiencias
3. Diálogo en plenaria
4. Conclusiones



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

Descripción detallada de la actividad

Modera: Adriana Gómez Chico

Objetivo: Identificar elementos clave y resultados de experiencias de éxito en orden de presentar, difundir y animar a generar empresas con modelos de economía social, solidaria e incluyente en medios rurales y urbanos.

Hora	Quién	Qué	Notas
9:05	Constantino de Llano (IMDOSOC)	Bienvenida	Empresas y economía con visión social cristiana
9:09	Fernando Milanes (USEM)	Bienvenida	Vinculación entre pastores, empresarios y académicos
9:14	Adriana Gómez Chico	Presentación	15 minutos por experiencia
11:00	Receso		
12:10	Adriana Gómez Chico Marcela Ibarra	Síntesis de puntos	Coincidencias: necesidad de colaboración de distintos actores. Necesidad de inversión de distintos actores. Necesidad de conciliar intereses y ritmos que no siempre son iguales en un inicio. Apuesta por las comunidades. Integración de cadenas de valor e impulso del desarrollo sostenible. Importancia del desarrollo de capacidades. Apoyo en parte de capacitación y financiación. Reconocer que se trata de procesos complejo de largo aliento que se logran con la colaboración decidida de distintos actores. La persona en el centro a través de la participación y desarrollo comunitario, impulsando la

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

			<p>autonomía de los actores de la comunidad.</p> <p>Apuesta por la construcción y reconocimiento de la resiliencia comunitaria.</p> <p>Impulsar el trabajo en red, multi-actor.</p> <p>Dualidad de lo empresarial y lo social, iniciativas en vinculación con el mercado pero con enfoque social.</p>
01:12	Cierre	Monseñor Medina	<p>Le alegra saber que hay todo un esfuerzo de economías sociales y solidarias. Ha estudiado esos temas en el extranjero y considera que es una oportunidad grande para saludar, animar a continuar con el esfuerzo.</p> <p>No olvidar a la familia y a la comunidad.</p> <p>La pobreza es consecuencia de la injusticia social.</p> <p>Reto para universidades: formar a los jóvenes de modo que sean capaces de dar soluciones a los problemas. Que antes que buscar empleo, busquen generar soluciones.</p> <p>Reto: Atornillar a las autoridades civiles para que esas situaciones que dejan fuera a la economía solidaria y el cooperativismo se reconozca la subsidiariedad.</p>
	Cierre	Leonardo Arzamendi	<p>“Nadie puede pelear la vida aisladamente” <i>FT</i>.</p> <p>“Los sueños se construyen juntos... nadie se salva solo.” <i>FT</i></p>



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

			<p>Agradecimientos.</p> <p>Proponer cómo conjuntar las distintas realidades ante la gran necesidad que hay de trabajo y reactivación económica.</p> <p>Hacer eco para que pueda haber más iniciativas de este tipo.</p> <p>Buscar y favorecer la integración.</p> <p>Encuentros intersectoriales a por lo menos 100 comunidades. (Presentó lámina).</p>
--	--	--	---

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

Primera etapa: experiencia por experiencia

9:20 - Alberto Irezabal. Director General de Yomol A'Tel

- Compartió presentación
- *Estrategia 1:* Planta se construyó en una zona donde pueda ayudar al desarrollo humano (sur del país)
- *Estrategia 2:* Se controla la cadena de valor para que sea redituable y se promueva el desarrollo humano. Así se rompe la lógica internacional que afecta a los pequeños productores en la que el ingreso no se relaciona con la calidad del trabajo.
- *Estrategia 3:* No caminar solos. Construcción de redes multiactor. Las universidades han sido clave por la formación y el vínculo con inversionistas.
- Presenta un **modelo de redistribución de la riqueza**, más que de generación de riqueza.
- Construcción de empresas desde la base, con la participación de las comunidades en la resolución de sus problemas. De modo que se enfoca en la **organización empresarial de las actividades comunitarias**.
- Capital subordinado a la persona. Subraya la importancia de la formación de capacidades en una visión de gran alcance, lo cual implica alianza con otros sectores para conseguir los objetivos.



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

Preguntas:

Fernando Milanés: ¿Cómo se da la iniciativa en la comunidad? ¿Cómo se beneficia la comunidad más allá de la propia empresa y comunidades vinculadas?

Germán Campos: ¿Cómo queda la estructura para la autogestión tras la capacitación? ¿Cómo se realiza la vinculación con el mercado internacional?

- Inició con una misión jesuita de hace 60 años, quienes promovieron los derechos humanos que servía de mediación con los actores y realizando actividades de acompañamiento en el proceso de “emancipación” de los indígenas. Las crisis neoliberales les ha afectado especialmente. Muchas de las personas de las caravanas migrantes son productores de café.
- 95% tienen un cargo civil o eclesial, el trabajo de la cooperativa busca brindar a los servidores comunitarios las condiciones económicas para que puedan seguir apoyando en la construcción del tejido social. Este tipo de actividades tienen el origen en la pastoral social.
- Mejora el ingreso y las capacidades. **Espiral generativa** donde haberse organizado para mejorar sus condiciones económicas genera nuevos proyectos que les ayuda a salir de la pobreza.
- **Estructura de sistemas de trabajo que parten de la propia organización local indígena** en clave indígena: asamblea, rituales, etc. De la asamblea a los consejos, más un consejo de asesoramiento y un equipo multidisciplinar compuesto por jóvenes indígenas y expertos que pueden responder a las necesidades del mercado internacional y a los tiempos y ritmos de las comunidades, ligados a la naturaleza y la espiritualidad. Aprendizaje mutuo.

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

9:40 - *Mauricio Fernández. Director General de Caja Depac Poblana*

- Rosa Elena Ortiz compartió y dirigió presentación
- 50 años atendiendo la zona de agro en Puebla y 22 años como sociedad cooperativa. Inició con la inversión en la gente.
- Asociación civil centrada en brindar apoyo a las comunidades rurales de Puebla. Uno de los ejes fue facilitar el **acceso de los productores rurales al financiamiento**. Por ello, funcionó por avales empresariales, los empresarios servían como aval ante la banca para que los campesinos tuvieran acceso al financiamiento. En los 90, tras la crisis, se cierra el acceso a los campesinos al crédito bancario y como alternativa se impulsa que los propios campesinos tengan una caja de ahorro dentro de Depac. Ante el



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

crecimiento se vio la necesidad de todos los involucrados de que funcione de manera autónoma y en 1998 de separar la caja de Depac naciendo así como sociedad cooperativa de ahorro y préstamo, gracias por el apoyo de empresarios poblanos comprometidos con la caja. Ello implicó mayor riesgos para los socios, pero incluso tiene apoyo internacional con una asociación de docentes española, quienes además apoyan en lo referente a la capacitación técnica. Además, la legalización de las cajas supuso un nuevo reto: alto nivel de profesionalización y carga regulatoria sin precedentes.

- Han pasado más de 60,000 poblanos, lo que representa el 1% de la población poblana. **Origen desde los productores**, quienes demandan operar de forma independiente. Todos los socios (+ de 25,000) de caja aportan el mismo capital y tienen el mismo poder de decisión. Bajas tasas de interés y alianza con el actual banco de bienestar aumenta las prestaciones.
- Las cajas de ahorro surgen y se fortalecen en situación de crisis, en parte gracias a nivel de **compromiso de los socios** que son conscientes de que si se deja de pagar, se afecta a todos.
- Son una cooperativa en tensión permanente de asegurar que los usuarios tengan acceso al financiamiento para tener trabajo digno, sustentable y buen nivel de vida que ellos mismos determinan (qué necesitan y qué quieren) y ser al mismo tiempo una institución financiera sólida y rentable. Pero a finales de 2020 el capital ganado supera al aportado por los socios.

Preguntas:

¿Quién acompañó el proceso de formalización? ¿Quién fue el interlocutor en la comunidad?

- Apoyo internacional y la caja ha sido **semillero de liderazgos locales**, quienes junto a los empresarios permitieron general los vínculos.

10:00 - *María Carola Díez. Directora General de Ensamble Artesano*

- Sin presentación
- Programa de respuesta a COVID-19 para el sector artesanal. La fundación surge en 2002 para conocer y comprender el estado de las comunidades rurales tras el paso del huracán Isidoro. Construcción de vivienda **participativa**, con perspectiva humanista y de entender el mundo donde nos identifica el nosotros: compromiso a ser parte activa de la

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

configuración social. El programa de construcción de viviendas por **autoconstrucción** con provisión de materiales fue exitoso.

- **Entender las necesidades** en momento de emergencia: recuperar la vivienda.
- **Comprender para transformar a través del entendimiento, la escucha activa y el hacer comunidad.**
- **Taller maya:** programa para activar grupos de productores tras mapeo del paisaje para entender qué producir a partir del capital natural y cultural. Apoyo a mujeres que no querían depender económicamente del varón. Su rol de género no les daba mucho espacio, por lo que se generó un programa con espacios de convivencia y producción. Ingresos sostenibles que permiten mirada a larga y mediano plazo y compromiso con otras dimensiones como la educación y la salud, por lo que la formalidad se vio como indispensable. Se construyó empresa a la par de la fundación. **Empresas de productoras comunitarias.** Comprensión de las cadenas de valor, para un impacto micro-regional había que volcarse a estas cadenas, lo que les obligó a institucionalizar una empresa, la profesionalización mejoró los resultados.
- Implementación de programa de becas ayudó a integrar a jóvenes al mismo sistema. El éxito de las mujeres movió a los hombres a hacer lo propio.
- Cuando llega la pandemia, se pidió no frenar la producción y se centralizó en un almacén móvil. Alianza con sectores estratégicos y construcción de un sector económico que no existía como sector formal en México (ser artesano, formal, indígena y rural). Así surge ensamble artesano.

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

Comenzó la presentación.

Plataforma colaborativa probono con aliados estratégicos y solidarios. Confianza en organizaciones locales

- Plataforma: <https://www.ensambleartesano.org/?lang=es>
 - *Colaboración:* ingeniería para operar y aprovechando la *expertise* de la red (36 organizaciones aliadas; +2700 artesanos; 16 técnicas artesanales)
 - *Ejes:* diseño e ingresos que permitan superar la línea de pobreza, venta en línea y fortalecimiento de los participantes.
 - Reunieron un fondo para comprar artesanías: 70% al artesano 30% a gastos. Ensamble opera con 15% de margen.
 - Recibieron por adelantado la mitad del valor de su pedido, que fue de 9 mil pesos por artesano participante incluyendo IVA. El 70% de ello se destinó directo al pago de ingresos de los propios artesanos. El 50% restante se pagó a más tardar contra entrega final.
-
-



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

10:24 - Gustavo Maldonado. Fondo para la Paz

- *Fondo para la paz* trabaja en comunidades indígenas en Campeche, Oaxaca, Veracruz, San Luis y Chiapas. Se enfocan en desarrollo comunitario y sostenible. En resumen, los proyectos generadores de ingresos no se van a dar en poblaciones sin acceso a oportunidades y servicios, al margen del desarrollo. Por ello, el trabajo inicial es **mejorar esas condiciones iniciales** para que los proyectos económicos puedan germinar a través del desarrollo de capacidades y acceso a lo básico.
- Primero, generar confianza en las comunidades entregando resultados y sin agenda oculta y con personas e la misma comunidad en el equipo de campo que está en campo.
- Promoción de capacidad de autogestión y desarrollo sostenible.
- La fundación Wal-Mart obligó a emprender un proyecto que generara ingresos y decidió entrar en la producción de café. Primero se unieron a aliados estratégicos y se centraron en el café de especialidad y ante la falta de capacidades en la comunidad, no hicieron una cooperativa. Se optó por la empresa, pero con las acciones donadas para mantener la finalidad social.
- Con el **trabajo, confianza y organización comunitaria** previamente trabajada, profesionalizaron a los productores, cuidando el desarrollo sostenible. Todo iba bien hasta que llegó la plaga. Por participación comunitaria como invernaderos comunitarios se renovó la producción. Además, se han logrado acuerdos comerciales que entienden la ventaja de trabajar con comunidades.
- **Éxito: focalización en mejorar las condiciones; trabajo comunitario; división de trabajo** (unos producen, otros logran acuerdos comerciales).

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

Preguntas:

Pilar Mariscal: ¿Qué hubiera elegido si no hubiese sido obligado a escoger el café?

- La vainilla, tiene más valor en el mercado.
- La miel meripona, igual tiene más valor.
- Se desechó la idea de comercialización de artesanías porque es muy complejo.

Fernando Milanés: ¿Es una estructura de emprendimiento que se basa en la mejora de condiciones de comunidades? ¿Qué más se ha promovido y qué alcance han tenido?

- Iniciaron con piloncillo, vainilla, miel, naranja para industria farmacéutica. Pero el café va bien, gran parte del ingreso se regresa a las comunidades. El café está fuerte.



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

10:40 - Raúl Hernández. Agua para siempre.

- Descubrir el significado real de la pobreza. ¿Cómo se vive cotidianamente? Y, al mismo tiempo, descubrir las consecuencias del impacto social. La pobreza y el deterioro ambiental no son dos problemas distintos, sino que es un mismo gran problema socio-ambiental.
- **Estrategia de inserción** y desde el principio entender sistemas complejos se necesita **integrar un equipo interdisciplinario, profesional** y comprometido. Trabajaron sobre la región mixteca popoloca de Puebla y Oaxaca porque era la región más marginada del país.
- Enfoque de acercamiento educativo con entrevistas dialógicas, antecesora de la investigación acción participativa permitieron identificar que la falta de agua es el problema eje. **Por metodología cualitativa se identificó el problema de la comunidad.** No presentar propuestas, sino buscar respuestas de la y con la comunidad. Buscan **atender las prioridades expresadas por las personas.**
- Resolviendo un problema que contribuya a resolver otros (Iniciaron en 1985) desde una mística espiritual.
- No contratan constructoras, sino que **organizan y capacitan a la población** para que ellos mismos realicen los proyectos que necesitan, en este caso una represa.

Receso 11:00 - 11:10

11:10 - Pilar Mariscal. Fundación León XIII

- Romper con la pobreza. Grupos de ahorro.
- Participar en grupos de ahorro da fortaleza comunitaria.
- ¿Por qué grupos de ahorro? Porque son sustentables, el dinero es de la propia comunidad y no se depende de recursos externos, lo que también genera confianza. Porque logran generar hábito del ahorro con créditos



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

accesibles e intereses por el ahorro. Ahorrar empodera y permite el desarrollo de liderazgo.

- ¿Cómo funciona?
 - o Se organiza a la comunidad quien elige a los integrantes del Comité que se encarga del grupo de ahorro.
 - o Se capacita.
 - o Tras un año, se repite el capital.
 - o Se viven ejercicios de ciudadanía y de DSI.
 - o Los grupos de ahorro son el centro, pero no lo único. También tienen de vivienda saludable y sustentable, lo cual depende de las necesidades sentidas de cada comunidad. O el apoyo de artesanas a vender productos, al apoyar en la parte contable y de ventas del producto. Uno de los grandes aciertos fue generar un banco de materiales o que ayudó a mejorar la calidad de los productos de la zona.

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

11:15 - Germán Santillán. Oaxacanita chocolate.

- Con presentación
- El chocolate es símbolo de unión social para la cultura mixteca. Región que, además, es marginada. Cocineras comunitarias debían de trabajar de forma indigna, por lo que se invitó a colaborar. Alianza con comunidades productoras de artesanías para el envase.
- Impacto en la comunidad.
- Conectarse con comunidades para ir las integrando en diferentes momentos del proceso de producción. Actualmente también comienzan a producir su propio cacao.
- Con la pandemia se dieron a la tarea de buscar nuevas formas de vender, como catas o alianza con organizaciones más grandes, como la embajada estadounidense, inclusive. Además, se volcaron al uso de las nuevas tecnologías para concertarse con más personas.
- Tienen 10 programas de emprendimiento, los cuales son sometidos a evaluaciones de impacto.
- Alianzas con cerca de 30 organismos internacionales.



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

- Importan visión de desarrollo sostenible en otras chocolaterías. Modelos de negocios enfocados en la persona.

Preguntas:

Lucila Servitje: ¿Se formó cooperativa?

- No, primero se inició como persona física en un espacio hogareño. Es un reto el trabajo en equipo, el individualismo y la abnegación han sido los principales retos. Son ciudadanos libres que creen en el cambio y el poder de las buenas acciones y ese romanticismo es lo que les ha permitido seguir avanzando e incluso establecer alianzas fuertes hasta con universidades y empresas extranjeras.
-
-

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

11:47 - Guillermo Tepanecatl. Una apuesta por el futuro de la UPAEP.

- Presentación
- Formación académica de jóvenes líderes para que a su retorno impulsaran el desarrollo de proyectos sociales y pequeñas empresas. Un gran número de becarios son mujeres.
- Es un programa por el que la Universidad invita a **jóvenes de comunidades rurales e indígenas** para ser aceptados como estudiantes de la universidad. Busca el fortalecimiento y reconocimiento de la individualidad personal, el perfil del estudiante que seleccionan son competencias elementales para desarrollar un programa académico, con experiencia social comunitaria y competencias para vivir en comunidad (compromiso, resiliencia y valores comunitarios en general).
- El programa tiene tres grandes cualidades: 1) Responsabilidades: cursar una carrera universitaria con beca del 100% en cualquier programa de la universidad. 2) Vivir en una comunidad de estudiantes con dinámicas comunitarias. 3) Capacitación para la implementación de proyectos sociales interdisciplinarios que se implementan en el verano.
- Modelo educativo pertinente a las necesidades y realidades sociales. Por ello, están en continua revisión donde la idea principal no es la imposición, sino la colaboración. Los becarios contribuyen mucho en el proceso, particularmente en la formación académica y vivencia comunitaria.
- ¿Cómo se mide el impacto?
 - o 90 egresados de diferentes carreras. De ellos, ya hay experiencias de ser becados para continuar sus estudios en el extranjero.



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

- Alto aprovechamiento en términos de promedio.

12:15 - Manuel Aldrete

- Transformación empresarial de las viejas cooperativas.

12:25 - Segunda parte: Diálogo en plenario

Antonio Sánchez de Rivera: ¿Cómo lograr hacer sinergias y alianzas? ¿Cómo replicar y dar un enfoque estratégico? Se debe impulsar la mística y la espiritualidad, particularmente la cristiana.

Ignacio Arbesú: Los proyectos nacen de necesidades concretas. Es necesario definir métricas para medir el éxito de los mismos. Hay muchos elementos de los proyectos que se pueden ir entrelazando.

Rogelio Hermosillo: trabajar en visibilizar los esfuerzos. ¿Cómo avanzar en la visibilidad?

Carlos Zarazúa: Mostrar a la economía social es una verdadera alternativa del desarrollo y una salida de la pobreza.

Gerardo: Horizontes creativos, son una incubadora con base en el trabajo de los misioneros del Espíritu Santo. Acompañan a personas y grupos en innovación social. Proceso de cadena de valor del cacao, desde la producción hasta las chocolaterías y cafeterías. Formación y acompañamiento desde el enfoque de la economía social y solidaria.

Agustín Núñez: Cuidar la conectividad en las comunidades, cuidarlo es una forma de llevar sentido de equidad y de favorecer el desarrollo de capacidades.

Manuel Aldrete: No abusar de la organización formal, pues debemos de encontrar plataformas que faciliten la visibilización. No descuidar la producción escrita. Hay muchos esfuerzos en el país, es un problema el corporativizar las redes y hay que pensarlo dos veces.

Germán Santillán: Escuchar e incluir a las comunidades indígenas. Puentes entre sectores políticos y concientizar desde los propios esfuerzos. Ejercicios que parten de la realidad se deben de tomar con mayor seriedad en tanto son respeto a la cultura y la gente.

Carola Díez: Las empresas sociales y solidarias están muy desagregadas y no tienen la información de sectores económicos. Hacer corresponsable a todo el ecosistema de la cadena de valor. La desarticulación pone en desventajas a las

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

empresas sociales de competir en el mercado, se debe buscar conectar con el mercado. Redes para conectar la producción, el consumo y el compromiso social.

Fernando Milanés: ¿Se puede integrar alguna especie de consejo para orientar los procesos de economía social? En relación con la escalabilidad, ¿el crecimiento tiene que ver con el mercado o con la presencia o ausencia de apoyos? ¿Qué permitiría replicar?

Manuel Andrade: Partir del individuo, pero sin descuidar el desarrollo regional. Se pueden promover redes de líderes. Hay que profesionalizar y dar herramientas. Centralidad del intercambio. En México se ha desarticulado el movimiento cooperativo, pero no se resolverá aquí.

Germán Santillán: Tener recursos económicos es importante, pero también hay que ver la infraestructura de las comunidades rurales de México. Las diferencias infraestructurales son un limitante para el crecimiento de los proyectos. Antes que dinero, son necesarios los servicios.

Gustavo Maldonado: Se requiere inversión, pero no solo al proyecto, sino en una visión más amplia.

Carola Díez: El proyecto puede crecer, pero se necesita resolver el tema de los empresarios solidarios para no hacer toda la logística. Lo que falta es integración para ser sostenible a gran escala. El problema de escalar no es tanto el recurso, sino la integración.

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org

Acuerdos o compromisos:

Acuerdo	Responsable	Fecha
Compartir lámina de objetivo del Encuentro	Leonardo Arzamendi	Lo antes posible
Compartir experiencias por escrito	Participantes	Lo antes posible
Abstraer criterios y cuestiones comunes en las historias de éxito	David Vilchis	Lo antes posible



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

Comentarios u observaciones

Febrero 4, 2021

Carlos Ludlow

Para que una iniciativa funcione, siempre hay un apóstol que se lanza. Es a partir de un personaje capaz de aglutinar y de tener visión que los proyectos comienzan a cristalizar. Tiene iniciativa y da seguimiento al proyecto.

Este apóstol requiere una mística espiritual. La iniciativa nace de un grupo de intensa vida espiritual.

No se puede dejar de lado a las poblaciones urbanas. Requieren su propio análisis. Una cuestión de sistema, ¿hay algún agregado para crear un movimiento? No lo hay, falta esfuerzo en conjunto. Eso se requiere para visibilizar el modelo. Iniciativa potencial: darle su lugar en la dimensión macro y darle visibilidad.

Falta una investigación del impacto social de esos proyectos. ¿Ha habido o no ha habido incidencia? ¿Cuál ha sido la incidencia? En las experiencias presentadas hay una mística con impacto profundo, pero hace falta sensibilizar sobre la totalidad del impacto.

Quizá Jesús Campos, quien tiene 20 años de experiencia, o alguien más debería plantear la conclusión del evento del 3 de febrero y los demás aterrizen y afinen en miras de contagiar. Y para contagiar es necesario tener una idea clara de que se trata y ejemplos de éxito.

José Antonio Forzán

Es importante el modelo de foro porque si bien parten de narrativas personales, pero es necesario aterrizarlo en foros de economía.

Propuestas: curso o profesionalización; o generar un gremio que no pierda la mística, que sirva de punto de encuentro o de contacto. Realizar algún portal que sirva de vínculo y visibilización.

Necesidad de rescatar los modelos cooperativismo como modelos de economía social y solidaria. Si hay que repensar los modelos económicos, hay que rescatar el cooperativismo.

Falta la economía de tierra, falta escuchar las voces de quienes trabajan con ellos. Escuchar la voz de las periferias, no solo de las cabezas.

Mariano Yarza

La Oaxaqueña fue el único del que se escuchó que no había recibido un subsidio, posiblemente por un buen liderazgo. Es una práctica replicable.

Dificultad de las organizaciones para desarrollar estructuras colaborativas que los obliga a ser todólogos. ¿Cómo atender las necesidades financieras, contables,

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

comerciales, de marketing que tienen? El no establecer una serie organizativa de trabajo colaborativo como una carencia de las organizaciones. Las otras organizaciones se ven como competencias y no como estructuras de trabajo.

Todos triunfaron porque su modelo estaba adaptado al mercado. No crean mercados ni dinámicas comerciales nuevas, sino que se insertan en las reglas del mercado.

Wanda Rodríguez

La pastoral social es el origen de muchos de esos proyectos. Eso tiene implicaciones sociopastorales fuertes.

Fusión de lo empresarial con lo social. Han sabido vincular la empresa con la dimensión social.

Importancia de la construcción de cadenas de valor. Cómo se construyen para articularse con otros actores e ir ascendiendo en el nivel de trabajo y producción. Es importante saber identificar las cadenas de valor.

Importancia del desarrollo de capacidades. Capacitación en el proceso.

En casi todos los proyectos, las mujeres son las principales involucradas. Pensar en cómo se va a incidir, desde dónde, cómo. Si es algo que viene de fuera tendrá poco éxito.

Fernando Milanés

Pre existencia de algún grupo relacionado con la pastoral social como condición previa del apareamiento de proyectos. Trabajo y confianza previas a la llegada del proyecto. Es la mano de la Iglesia, la iglesia genera capital social.

Roles de formación de capacidades en los que tienen peso la academia y el mundo empresarial, además de las propias asociaciones civiles.

Sin condiciones mínimas de calidad de vida, el emprendimiento es una utopía e ilusión. Y en el desarrollo de estas el gobierno es el principal responsable. Se hace evidente la interrelación de los actores para sacar adelante los proyectos.

Se propone el siguiente esquema:

- Presentación teórica de Marcela
- Dos testimonios
- Adriana recoge elementos
- Participación de los representantes de los distintos sectores
- Propuesta: testimoniales grabados

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social , A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org



INSTITUTO MEXICANO DE DOCTRINA SOCIAL CRISTIANA

María Ezpeleta

Sin saberlo, tienen conocimientos del mercado.

En todo el esquema del 11 de marzo, ¿con cuántos se contaría para ese evento? ¿Cuántos se pueden incluir? ¿Cómo?

Constantino

1) Selección del producto es clave y en eso puede haber una buena asesoría. No solo la cadena de valor.

2) Recuerda a Vasco de Quiroga

Ignacio Arbesú

Más que homogeneidad, hay diversidad. Hay que encontrar criterios que permitan replicar diferentes modelos. El origen es un problema concreto, no son utopías. Y ese puede ser un criterio y un área de apoyo: apoyar en el diagnóstico. Las necesidades surgen de la comunidad. Así, desde el principio es un bien compartido.

Tras identificar el proyecto, se establecía la infraestructura. Y se parte de lo que hay. Generar con experiencia procesos cíclicos en los que todo mundo aporte y todo mundo se beneficie. No buscar un método generalizado.

Criterios específicos detectados:

- Partir de una necesidad o problema concreto
- Definición de la comunidad que lo enfrenta
- Observar el entorno y lo que se tiene
- Participar a partir de experiencias y generando experiencias
- Activar una espiral virtuosa para promover un bien común compartido.

Nora

Lugar preponderante de la mujer como personaje esencial y lo necesitada que está de ayuda. Reforzar el apoyo por ese lado.

Monseñor Hércules

El banco de los pobres inició por mujeres que pidieron a cierto varón 20 dólares prestados para emprender algo cada una. Actualmente, el 97% de las personas a las que les presta dinero, son mujeres. Y se le presta más a la mujer porque ella tiene más experiencia en la administración por el rol de género que se le ha asignado. Además, al varón se le hace más fácil gastarse el sueldo. Las mujeres son más perseverantes y contantes. Aquel personaje fue un ex catedrático de Harvard.

Salvador Beltrán

ProMujer da micro financiamientos a mujeres en situaciones de pobreza y tiene una gran experiencia y muchos casos de éxito en el trabajo con mujeres. En México llegó al Estado de Hidalgo. Está documentado que las mujeres suelen hacer mejor uso de los financiamientos.

Asociación Mexicana
de Promoción y
Cultura Social, A.C.

Pedro Luis Ogazón 56,
Col. Guadalupe Inn,
C.P. 01020,
Ciudad de México

Tels. 5661 3043
5661 5612

direccion@imdosoc.org
www.imdosoc.org