

FLOR DE MAYO MUESTRA EL VALOR DE LAS EMPRESAS SOCIALES

Bordan mejor futuro de artesanas poblanas

El negocio social, creado por cuatro estudiantes del **ITESM**, ha ayudado a cambiar la realidad económica de 40 mujeres poblanas; su siguiente reto es impactar la vida de 500 más

Angélica Pineda

EL EMPRESARIO

PARA LLEGAR a Naupan, en la Sierra Norte de Puebla, hay que viajar dos horas. El frío recibe al viajero, también decenas de mujeres deseosas de vender sus artesanías para asustar la pobreza en la que viven sus 10,000 habitantes. Otras se guardan en sus casas, siguen bordando, pero no para el turista ocasional, sino para personas que visten camisas blancas con esos hilos trenzados con maestría. Como todo artista, ellas firman sus obras.

Todo comenzó con cuatro estudiantes del **ITESM** que, en su afán de ayudar a las artesanas poblanas, idearon poner los bordados de cinco de ellas en aberturas, cuellos y puños de camisas y blusas. El éxito fue inmediato.

“A muchos amigos se les hizo buena idea combinar artesanías con diseños contemporáneos. Poco a poco nos fueron pidiendo más ropa y aumentamos la cantidad de artesanas. Ahorita tenemos a 40 trabajando con nosotros”, explica José Antonio Nuño, director de Administración de Flor de Mayo.

Tras su periodo de aceleración en Unreasonable Institute, y toda una serie de reconocimientos co-

mo el Premio Estudiante Emprendedor, los cuatro fundadores planean expandir el proyecto a 500 artesanas, trabajar con marcas y diseñadores, y colocar las prendas en tiendas departamentales, boutiques, aeropuertos, entre otros.

“A muchas marcas les gustaría trabajar con artesanos, pero se les complica llegar a la comunidad, los procesos de las artesanas y los tiempos de entrega. Justo por el tiempo que tenemos trabajando con ellas, todo se nos hace más fácil. Tenemos cientos de bordados diferentes y podemos ofrecer casi cualquier color”, agrega.

Flor de Mayo tiene una línea de playeras para jóvenes. Las prendas se venden en línea a un precio de 350 pesos más gastos de envío.

IMPACTO ECONÓMICO

José Antonio Nuño afirma que el impacto económico para las artesanas fue inmediato. Antes, entregaban sus bordados a una persona que los vendía en las comunidades y pagaba hasta que se vendían. Ahora ganan dos veces más que antes y el pago es inmediato, pueden planear porque ya tienen un ingreso seguro y estable cada mes.

Para mantener un el control de calidad, proveen de hilos a las 40 artesanas. “Estamos entrando

a comunidades de otros estados que cosechan su propio algodón y lo tiñen, tienen sus propios gusanos de seda y elaboran sus hilos, lo que es un superplus”.

Este plan les permitirá contar con el inventario suficiente para llegar a más comercios. “Estamos en pláticas con tiendas departamentales y con boutiques y hoteles... Hasta ahora nuestros canales de venta han sido en línea y bazares”.

ATORÓN FISCAL

El estudiante de Ingeniería Industrial del **Tec** de **Monterrey** considera que ser una empresa social es una ventaja, porque la gente se enamora de esa historia de apoyo, lo que crea empatía con el proyecto. Además, “hay muchas fuentes de inversión para empresas sociales, muchos concursos, si te mueves bien hay muchísimo apoyo. En realidad lo que falta son emprendedores sociales, empresas a las cuales apostarles”, afirma.

Sin embargo, el emprendedor considera que hace falta incentivos fiscales. “Los impuestos son un problema porque las artesanas no dan factura y no hay manera de justificar ese gasto, y como no hay factura no se puede deducir”, finaliza.

angelica.pineda@eleconomista.mx



Fecha 26.11.2014	Sección Urbes y Estados	Página 30
----------------------------	-----------------------------------	---------------------



Los integrantes de la empresa social Flor de Mayo comenzaron a trabajar con las artesanas poblanas desde hace tres años. FOTO: CORTESÍA