

# Alternativas de comercialización para artesanas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna de la Costa Chica de Guerrero

Griselda Nicolás Morales<sup>1</sup>

Rocío López Velasco<sup>2</sup>

María Esther Méndez Cadena<sup>3</sup>

## Resumen

Existen grupos u organizaciones de artesanos que han logrado posicionar sus productos en el mercado local y nacional, ofreciendo calidad al consumidor y la seguridad de que el ingreso generado beneficie directamente al artesano. Sin embargo, no todos los artesanos colocan sus artesanías en el mercado. Este es el caso de las artesanas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna comunidades indígenas en la Costa Chica del estado de Guerrero. Las artesanas han enfrentado, desde hace tiempo, a los intermediarios que se dedican a la comercialización de productos artesanales a través de la reventa en distintos puntos de venta, a los que las artesanas se les dificulta acceder. El objetivo del trabajo fue investigar canales de comercializaciones en beneficio de las artesanas, con el fin de romper con estas prácticas especulativa de los intermediarios.

Bajo el enfoque de la metodología cualitativa (observación participante, diario de campo, grupo focal, entrevistas y talleres participativos) se trabajó con las artesanas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna, así como el reconocimiento del entorno en el cual ellas se desenvuelven. La información recolectada fue analizada y derivó en reflexiones sobre la estructura del mercado a nivel regional y local con el objetivo de encontrar mejores canales de comercialización e incidir en nuevos espacios de venta. Para alcanzar este objetivo se generaron acciones con las artesanas para revalorizar las técnicas ancestrales de producción e innovar como elementos centrales para conseguir y mejorar la competitividad. La innovación en los textiles artesanales, sin modificar las técnicas que, aprendidas de sus antecesoras, permitió acceder al mercado y cubrir parte de la demanda. Por ello, ofrecer prendas diferentes abre puertas a mercados diversos, pero siempre ofertando textiles que sigan representando la cultura de esta región del estado.

Existen diversidad de opciones para que las artesanas puedan comercializar sus textiles, pero se enfrentan a desafíos que dificultan realizar sus planes. Uno de ellos es la pobreza en la que viven la mayoría de los habitantes de las comunidades indígenas en la región de la Costa Chica específicamente, las artesanas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna ya que residen en áreas rurales en donde el grado de marginación es alto y donde se aprende a vivir con lo que se tiene.

**Conceptos clave:** 1. Mercado, 2. intermediario, 3. conocimientos ancestrales, 4. innovación, 5. mujeres artesanas

---

<sup>1</sup> Estudiante de la Maestría en Gestión para el Desarrollo Sustentable. UAGRO. 20255268@uagro.mx

<sup>2</sup> Doctora Rocío López Velasco. UAGRO. rocio\_lopezv@hotmail.com

<sup>3</sup> Doctora María Esther Méndez Cadena. COLPOS-Puebla. mesther@colpos.mx

## **Introducción**

La elaboración y comercialización de artesanías es una actividad que se lleva a cabo en diversas regiones de México. En gran medida, son familias indígenas quienes fabrican textiles como prendas de vestir u otros artículos como objetos de barro o palma. Los recursos obtenidos de la venta de los productos se dedican a cubrir las necesidades básicas de los integrantes de las familias de artesanos.

Además de generar recursos económicos, las actividades artesanales contribuyen a la conservación y revalorización de conocimientos tradicionales, como el teñido de hilos a base de plantas, diseño de bordados y las tramas de tejido, entre otros. Ello también permite la resignificación de los pueblos indígenas y visibiliza su contribución a la cultura y sociedad mexicana. Las comunidades indígenas, además de elaborar artesanías, son las protectoras de las áreas naturales en donde habitan. Estas poblaciones poseen conocimientos ancestrales sobre el cuidado al medio ambiente (Martínez, 2022). Por ello, hacen uso razonable de la materia prima que la naturaleza les ofrece para la elaboración de sus artesanías, que luego comercializan en mercados locales y regionales. El trabajo artesanal, además de ser detallado en su elaboración, implica una relación directa con los recursos naturales de los cuales provienen los materiales necesarios para confeccionar los productos. Las manos del artesano materializan su imaginación y creatividad en una relación vital con el objeto que se planea realizar y el control directo de su proceso de elaboración (Malo, 2007), por lo que cada pieza es única e irrepetible.

La venta de las artesanías no siempre se realiza de manera directa entre el artesano y el consumidor final, debido a distintas causas, entre las que destaca el limitado acceso a la tecnología, la falta de difusión sobre programas de apoyo a artesanos, la limitada movilidad, y el desconocimiento de puntos de venta. Estas situaciones impactan en los ingresos del artesano (Villareal, 2022). Ante la demanda de productos artesanales ha surgido el proceso de venta a través de intermediarios, quienes cuentan con recursos y medios para adquirir prendas o artículos en mayor cantidad y menores precios, para luego revenderlos y obteniendo mejores beneficios económicos que el artesano que elaboró el producto.

Existen diversos factores que intervienen en el mercado de artesanías, el cual está inmerso en dinámicas económicas y socioculturales que propician la exclusión de los grupos sociales de menos poder (Caicedo, 2013), como es el caso de las artesanas de la Costa Chica de Guerrero. Por lo anterior, el propósito de este proyecto fue identificar canales de ventas para artesanas amuzgas de las comunidades de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna (Costa Chica, Guerrero). En la búsqueda se identificaron varias alternativas de comercio que pueden apoyarse por acciones de organismos públicos y privados. Sin embargo, el aspecto central del trabajo fue que las artesanas revaloraran las técnicas ancestrales de producción de artesanías textiles, para impulsar su comercialización directa o con intermediarios que realmente paguen el precio justo de su trabajo.

Ante el reconocimiento de la pobreza que enfrentan los grupos indígenas productores de artesanías, es impostergable ofrecer alternativas para la comercialización directa entre el artesano y el consumidor final. Esto impulsará esta actividad económica para que los productores mejoren sus condiciones de vida de ellos y sus familias. Además, se debe brindar información clara y oportuna de los programas públicos que apoyan la venta de artesanías y participar en diversos eventos organizados por grupos sociales comprometidos con el

bienestar de estas poblaciones. Estas acciones mejorarán los ingresos y revalorarán estos productos al ser vendidos a precios justos que reconocen y reflejan el verdadero trabajo invertido en la artesanía y los conocimientos ancestrales presentes en ellas.

### **Producción de artesanías**

De 2008 a 2021, el sector cultural creció, en promedio, 3.4 % por año. En particular en 2021, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector cultural fue de 3.0 % en comparación con el PIB nacional. A precios constantes (año base 2013), el sector de la cultura presentó un crecimiento de 7.5 % durante ese año. Las áreas del sector con mayor recuperación fueron la música y conciertos, las artes escénicas y espectáculos, así como las artesanías. Las tres actividades que más contribuyeron a la producción del sector de cultura fueron: (1) los medios audiovisuales con un 35.0 %, (2) las artesanías con el 20.8 % y (3) la producción cultural de los hogares con un 20.6%. (INEGI, 2022). Durante el mismo año, el sector generó 3.1 % del total nacional de puestos de trabajo (1 273 158), lo que representó un incremento anual de 3.5 % en comparación con 2020. La actividad de las artesanías generó 37.7 % empleos, seguida por la producción cultural de los hogares con 17.7 % y, finalmente, los medios audiovisuales 13.4% (INEGI, 2022).

Basándonos en las cifras presentadas por INEGI se demuestra que la producción de artesanías juega un papel importante en el sector cultural del país, destaca su contribución en la generación de empleos. Vásquez y Templos (2020) señalan que existen diversos tipos de artesanías como:

“la artesanía indígena, la cual se integra principalmente por los medios que tienen raíces propias del sitio, conservándola de generación en generación; la artesanía tradicional popular, la que es resultado de la mezcla de la cultura europea y criolla, pero sigue empleando los recursos que habitan en el entorno; la artesanía contemporánea o neoartesanía, en esta básicamente, en el proceso de elaboración, ya se ve involucrada la tecnología y al mismo tiempo hacen uso de otras técnicas pertenecientes a otros entornos” (Vásquez y Templos, 2020: 1).

Por otra parte, INEGI (2022) clasifica a las artesanías en categorías como alfarería y cerámica; fibras vegetales y textiles; madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería; cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia; metalistería, joyería y orfebrería; lapidaria, cantería y vidrio; talabartería y marroquinería; y alimentos y dulces típicos. Sin embargo, los productos textiles y la cerámica ocupan un lugar prioritario dentro de la producción artesanal. En los productos textiles es común la aplicación de tintes vegetales o minerales para teñir los hilos con los que se teje y borda, se emplean diferentes puntos de bordado y tejido.

México de acuerdo a la UNESCO (2001), ocupa el cuarto lugar en ingresos por la venta de artesanías, donde los artículos textiles son los de mayor venta. Sin embargo, la población que se dedica a esta actividad tiene menos oportunidades en la creación y venta de productos artesanales, debido a distintas causas, entre las que destaca la escasez de recursos para la movilidad, lo que limita la inserción en distintos mercados o puntos de venta.

## **Artesanías y cultura**

Dada la diversidad cultural que hay en México, se cuenta con un vasto conjunto de relatos en cada población y comunidad. Es decir, cada grupo artesanal ha desarrollado sus historias (Hernández, 2010; Loza, 2023), las cuales aportan originalidad a sus creaciones. La producción de artesanías se lleva a cabo en unidades de producción familiar, donde se conservan las creencias y expectativas arraigadas en experiencias antiguas y modos de vida difíciles de cambiar.

El siglo XXI es denominado el siglo de la diversidad (Persánch y Aixelà-Cabré, 2022), derivado de la aceptación de un cambio en la postura de la sociedad frente a lo culturalmente diverso. Se ha dejado atrás la idea de superioridad y uniformidad, aceptando en su lugar las peculiaridades presentes entre las distintas culturas. Por lo tanto, existe una admiración ante algunos elementos propios de otros grupos culturales (Malo, 2007).

La diversidad cultural se manifiesta de diversas maneras, siendo una de ellas a través de las artesanías. La UNESCO (2001), destaca la importancia de la producción artesanal en su papel para combatir la pobreza y en apoyar al desarrollo sostenible. Esto se debe a la utilización de los recursos locales renovables y a la aplicación de técnicas transmitidas en generaciones. A pesar de este reconocimiento, no existe un apoyo prioritario y significativo para los artesanos. Por ejemplo, los textiles artesanales son objetos culturales que condensan formas particulares de conocimiento transmitidas a lo largo de generaciones. Estos textiles son estéticos y originales por su producción manual en contraposición a la producción industrial en serie (Flores-Montes, 2020).

Ojinaga (2020), profundiza aún más en el aspecto cultural en los textiles artesanales de nuestro país y dirige su trabajo hacia el rescate de las historias de vida de las mujeres indígenas que elaboran estas prendas. El objetivo es recuperar, reivindicar y expresar la voz de estas mujeres creadoras de estas artesanías, quienes residen en lugares periféricos y subordinados. Todo esto se hace con la finalidad de apreciar el auténtico trabajo fino y estético de las blusas, faldas, etc. confeccionadas por las mujeres. En opinión de la autora:

“si la historia parte desde las mismas creadoras, se recupera el rastro de una tradición olvidada, se generan nuevas lecturas sobre los cambios en el proceso de creación, del imaginario colectivo de estas mujeres y de los lazos que han creado a partir de los tejidos que producen.” (Ojinaga, 2020:49)

En resumen, la producción de las artesanías indígenas, a diferencia de diversas mercancías, tienen una peculiaridad única. No sólo son auténticas, sino que también llevan consigo un bagaje cultural e histórico de mujeres y hombres artesanos.

## **Comercio de artesanías**

En las comunidades indígenas son diversas las actividades económicas que se realizan para generar ingresos que les permita satisfacer las necesidades familiares. Entre ellas se encuentra la elaboración y comercialización de artesanías, sin embargo, a pesar de todo el conocimiento tradicional que existe en cada prenda o producto, su venta es una actividad

difícil, pues en ocasiones se ve reducida a transacciones con revendedores a precios bajos e incluso por debajo de los costos de producción (Bautista, Hernández y Toledo, 2023). Es una actividad común que los acaparadores adquieran las artesanías por adelantado y provean de materias primas a los artesanos con la finalidad de asegurar la entrega y cantidad de artículos acordados. Los intermediarios son quienes establecen el precio que pagarán por las artesanías elaboradas (Santos, Díaz y Vela, 2019). Otra situación que se presenta es la comercialización en lugares de poca demanda cuando pueden colocarse en mercados de exportación (Sánchez, Rivas, Echaiz, Hidalgo, 2022).

Hernández, Pineda y Andrade. (2011) afirman que las organizaciones del sector artesanal presentan la misma problemática que enfrentan las pequeñas y medianas empresas; sus características particulares complican su situación, a causa de la alta marginación en la que se encuentran o por su ubicación fuera de los centros urbanos y de consumo directo, bajo grado de formación académica y la carente formación técnica empresarial. Aun así, el comercio exterior de las artesanías y un comercio justo pueden ser una fuerza para aminorar la pobreza y generar crecimiento económico entre los artesanos.

Existen organizaciones que apoyan la comercialización de las artesanías como lo es la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI). Dicha organización indígena-campesina que inició un movimiento de comercio justo, el cual se basa en dar un precio equitativo a los productores primarios, es decir, se realiza la venta entre los productores del sur y los consumidores del norte del país, a fin de aumentar las ganancias de los primeros. Esto es posible gracias a que el comercio justo construye cadenas alternativas de comercialización (Chávez y Natal, 2012), lo que permite generar ingresos por la venta directa del productor.

La UCIRI fue una de las primeras organizaciones en eliminar parte de los intermediarios y en exportar desde el sur a países desarrollados y ha ejercido liderazgo al interior del movimiento del comercio justo, fortaleciendo su expansión (Chávez y Natal, 2012). Esta práctica comercial es un ejemplo de cómo los artesanos, a pesar de los obstáculos a los que se enfrentan en el mercado, pueden mejorar el comercio de sus productos fortaleciendo las colaboraciones y alianzas con personas comprometidas en mejorar las condiciones de venta de los artesanos, así como también en la conservación de saberes ancestrales y cuidado del medio ambiente.

Desarrollar mejores procesos de comercialización para productos artesanales es una realidad (Bautista, Gómez, y Toledo, 2023); sin embargo, la articulación de colaboraciones con actores que detonen un comercio justo sigue siendo un desafío, pues implica el acompañamiento y seguimiento para consolidar las iniciativas y de esta forma incidir en alcanzar ingresos que permitan mejorar las condiciones de vida de los artesanos y sus familias.

### **Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna**

De acuerdo al Censo Poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2020), el municipio de Ometepec está integrado por 171 localidades entre ellas Cochoapa y Zacualpan, comunidades indígenas hablantes de lengua amuzga.

Cochoapa cuenta con un total de 8,141 habitantes, con grado de marginación alto, mientras que Zacualpan registra un grado de marginación muy alto y en él habitan 8,468 personas.

Imagen 1. Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna



Fuente: INEGI – SCINCE

En la localidad de Cochoapa las mujeres se dedican principalmente a la elaboración de prendas artesanales y accesorios bordados con chaquira; es una actividad que han realizado desde hace años con técnicas que se heredan entre generaciones. La elaboración de artesanías con el bordado de chaquira representa y refuerza la identidad, el territorio, la cultura y conserva saberes de los ancestros. Los textiles son vendidos en la comunidad y localidades cercanas. De acuerdo a Rey (2020), la producción artesanal da sentido y resignifica a los pueblos indígenas, y representa una opción para el fortalecimiento de su identidad y su cultura, una práctica artesanal que requiere ser organizada de manera participativa para reconocer su valor patrimonial dentro y fuera de su comunidad.

En Zacualpan las mujeres y parte de la comunidad LGBT (lesbianas, gay, bisexuales o transgénero) elaboran prendas artesanales bordadas en punto de cruz sobre una tela llamada cuadrillé, prendas en telar de cintura. En estas comunidades aún se siembra algodón y se realiza su hilado en malacate (instrumento para hilar). El punto de cruz es una técnica de bordado antiguas que se pueden encontrar a nivel mundial y se ha adaptado a las exigencias del consumidor y lo que ha propiciado también que el artesano innove (Ramos, 2013).

Plan de Pierna es una de las 103 localidades del municipio de Xochistlahuaca, cuenta con una población de 1,640 habitantes y es clasificada con un nivel de marginación muy alto.

Una de las principales actividades de las mujeres es el telar de cintura. En la localidad se elaboran prendas de vestir conocidas como huipil, es una actividad que han realizado durante generaciones con algunos materiales propios de la región, estas prendas son comercializadas en la misma comunidad y en la cabecera municipal.

El telar de cintura ha sido utilizado desde tiempos prehistóricos y mediante este, las mujeres propagan, difunden y dan continuidad a una tradición al mismo tiempo, se reconoce y se reivindican la identidad, roles sociales. Maciel-Martínez (2014), señala que el tejido en telar de cintura se ha adaptado a los cambios innovando el patrimonio cultural creando tejidos de gran belleza y complejidad, tanto en su estética como en su contenido simbólico cultural.

### Intermediarismo en el mercado local y regional

Con la participación de mujeres artesanas se efectuaron tres grupos focales, uno por cada comunidad; en Cochoapa seis mujeres participaron, en Zacualpan diez y en Plan de Pierna seis. Las integrantes discutieron algunas de las problemáticas que enfrentan tanto en la producción como en la venta de las prendas. En sus conversaciones acordaron atender y dar prioridad a la búsqueda de mercados para los textiles que elaboran, dado que la presencia de intermediarios limita los ingresos en su venta. También conversaron y analizaron sobre la pérdida de técnicas ancestrales de bordado e hilado, debido a que algunas de las mujeres que poseen estos saberes deciden dedicarse a otra actividad que les permita tener mayores ingresos o bien, eligen migrar para vender su fuerza de trabajo.

Tabla 1. Mercado y competencia actual de las artesanías. Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna

¿Dónde venden?	¿Quién les compra?	¿Quiénes son sus principales competidores?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la comunidad</li> <li>• Mercado</li> <li>• Domingos de plaza</li> <li>• Zócalo</li> <li>• Tiendas establecidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otras compañeras artesanas</li> <li>• Personas provenientes de municipios aledaños</li> <li>• Profesores</li> <li>• Estudiantes</li> <li>• Políticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local</li> <li>• Artesanos de localidades del mismo municipio: San José Ejido, Santa María, Huehuetonoc.</li> <li>• Estatal</li> <li>• Textiles provenientes de Oaxaca</li> <li>• Artesanías de Chiapas</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Del análisis que realizaron las artesanas referente a la comercialización de las artesanías sobresale la venta en mercados locales, la introducción de productos de otros estados y la escasa diversidad de compradores (Tabla 1).

Las artesanas venden en sus propias comunidades porque no tienen los medios económicos para salir a otros lugares y ampliar su mercado. Otra desventaja es la venta minorista pues por el tiempo de elaboración y las condiciones en las que viven, no es posible tener más prendas y salir a vender.

*“Cuando terminamos de tejer un huipil se lava y lo llevamos a vender, para comprar despensa o para otros gastos de la casa, no podemos tener el huipil mucho tiempo porque hace falta el dinero”* (E. Hilario, 25 de abril de 2021).

Los fines de semana las artesanas acuden a un costado del mercado municipal en donde exhiben y venden sus artesanías a compradores de distintas localidades. De igual manera, acuden artesanos de comunidades y municipios aledaños para ofrecer sus productos textiles, artículos de barro y artesanías elaboradas con palma. En la ciudad de Ometepec, en el perímetro que conforma el zócalo, todos los días acuden las artesanas a ofrecer los productos textiles de Cochoapa, Xochistlahuaca, Zacualpan. En Ometepec, se hace presente la competencia, pues acuden artesanos de distintas localidades como: Santa María Asunción, San José Ejido, Huehuetonoc e intermediarios con productos de Oaxaca y Chiapas. En esta ciudad el tránsito de personas es elevado, lo que podría beneficiar a las artesanas pues se incrementan las posibilidades de vender sus productos.

Los domingos en Xochistlahuaca se concentran artesanas de distintas localidades del municipio como: Cozoyoapan, Plan de Pierna, Rancho del Cura Tejería, la Ciénega, Plan de Arroyo Limón, Cumbres de San José, Arroyo Guacamaya, Plan de los Muertos, Guadalupe Victoria, entre otras. Es aquí hasta donde llegan los intermediarios para la compra de los textiles a precios bajos sin dar opciones de venta a las artesanas. Ellas, por necesidad, venden al precio que fija el intermediario pues no pueden regresar a su comunidad sin alimento para su familia.

Los profesores asignados a los diferentes centros educativos adquieren prendas en la comunidad para venderlas en sus lugares de origen, los maestros son los intermediarios que obtienen mejores precios por la compra-venta de artesanías. También, los hijos de las artesanas que estudian fuera del municipio son intermediarios, pero la diferencia con el anterior es que los ingresos se quedan en la familia. Otros personajes que desarrollan el papel de intermediario, son los activistas políticos; su estrategia consiste en llevar a las artesanas el material (insumos) necesario para elaborar las prendas. Dan un pago muy bajo por la mano de obra, sin considerar esfuerzo, dedicación, saberes que las mujeres invierten en cada artesanía.

También en Xochistlahuaca las artesanas realizan ventas a diversas tiendas comerciales, se trata de negocios que ofrecen artesanías de las diferentes regiones del estado. Son grandes intermediarios pues acaparan productos de varias regiones de Guerrero, Oaxaca y Chiapas y suelen vender las artesanías con su propia marca lo cual les genera buenos ingresos, pero no impactan en las artesanas. Por la presencia de los intermediarios, las artesanas prefieren utilizar materiales de menor calidad en la producción de las prendas

textiles con ello, disminuyen tiempo y costo, pues a las artesanas no les conviene invertir más tiempo y dinero en los textiles, como lo cual sacrifican la calidad de sus productos.

### Proceso de innovación para la conquista de mercados

Las artesanas, con el propósito de encontrar y generar mejores ventas, realizaron un taller denominado “Conservación de técnicas tradicionales de tejidos y bordados”. En este taller participaron nueve mujeres en Plan de Pierna, y se utilizó el material que habían dejado de trabajar durante años con el propósito de contrastar el tiempo de elaboración, cantidad de material requerido y la calidad de las prendas con aquellas fabricadas con material de menor calidad y con bordados menos elaborados (imagen 2).

Imagen 2. Grupo de artesanas. Taller de conservación de técnicas tradicionales de tejidos y bordados



Fuente: Elaboración propia

Imagen 3. Descripción del brocado por parte de la artesana Zenaida de Jesús Isabel



Fuente: elaboración propia

El taller concluyó con la exposición de las prendas terminadas en donde cada una de las artesanas presentó su artículo, describiendo el tejido o bordado que trabajó durante el

taller. El día de la exposición se percató que algunas de las artesanas desconocen el nombre que representa cada iconografía plasmada en las prendas, saben que todas tienen un significado, pero lo desconocen. Además, las artesanas reconocieron que trabajar con materiales de mejor calidad y bordados de mayor elaboración les permite ofrecer productos diferentes y agradables al consumidor. Este taller también contribuyó a que ellas valoraran que vender de forma grupal permite obtener mayores ingresos.

Imagen 4. Blusa elaborada en telar de cintura



Fuente: elaboración propia

Por tal motivo, mediante entrevistas, llamadas telefónicas y correos electrónicos se contactó con diferentes organizaciones sociales y dependencias públicas que realizan actividades para la difusión y comercialización de artesanías; en la búsqueda se encontraron diversas opciones como: El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) el cual implementa diferentes programas en apoyo a los artesanos y artesanas, con el propósito de proporcionar elementos que permitan el pleno desarrollo de sus actividades; pueden participar de manera individual o colectivo según lo permitan las reglas de operación. Todos los artesanos tienen la oportunidad de postularse en las convocatorias para ser beneficiado por alguno de estos programas públicos, el reto está en llevar la información a los rincones más alejados debido al difícil acceso a la tecnología y por no cumplir totalmente con los requisitos establecidos en las reglas de operación.

Otra de las dependencias gubernamentales que realiza trabajos en beneficio de artesanas y artesanos es la Secretaría de Cultura, quien tiene programas enfocados en el rescate y conservación de saberes ancestrales y producción de artesanías. Las acciones que implementa promueven y revalorizan las artesanías y todo el trabajo que conlleva la producción del arte textil. Además, permite a la sociedad conocer desde la obtención del material que utilizan, así como la técnica y la iconografía que tejen y bordan.

Una dependencia más que apoyan el trabajo artesanal es la Secretaría de Fomento y Desarrollo Económico (SEFODECO) la cual tiene como misión fomentar el desarrollo

económico sustentable del estado de Guerrero. Implementa acciones en coordinación con los sectores empresarial, educativo y gubernamental, que contribuyan a mejorar la competitividad, generar empleos y mejores ingresos de los guerrerenses. La Secretaría es el medio por el cual los artesanos pueden vender en la red de tiendas del FONART y además, les proporciona asesoramiento para participar en diferentes programas de apoyo para ellos. Otra de las funciones de SEFODECO es la de servir como puente entre el artesano y los programas federales.

### **Conclusión y discusión de resultados**

Existen diversidad de opciones para que las artesanas puedan comercializar sus textiles, pero se enfrentan a retos que les dificulta realizar sus planes: la presencia de los intermediarios, la competencia y la pobreza. La precariedad en la que viven las artesanas impide movilizarse o salir de la región para ofrecer sus prendas o instalar locales propios para la venta de las prendas además, existen en el mercado textiles que provienen del extranjero de mala calidad y más baratos que los intermediarios venden como artesanías, en algunos casos estos precios son tomados como base para asignar los precios de compra a los artesanas, por esa razón regatean al momento de realizar la compra de las prendas originales.

Si bien, el trabajo de los intermediarios es relevante porque llevan las artesanías a lugares en donde los productores no pueden llegar, es necesario establecer un vínculo económico más benéfico entre artesanas e intermediarios; por tal razón, es indispensables la organización de los pequeños productores, pues ello permitiría que las artesanas asienten un precio real a sus artesanías y permita desarrollar una práctica más justa con los mediadores. Por lo anterior, es importante promover alianzas entre los propios artesanas; si bien es una tarea complicada, no es imposible si se llegan a acuerdos, pues trabajar de manera colectiva es un conducto que lleva a enfrentar el mercado en mejores condiciones.

El innovar es una práctica que beneficia a los productores, en este caso el utilizar materiales de mejor calidad influye en las prendas y se puede mejorar el precio de venta; el textil se ve mejor a la vista de los consumidores y pagan el precio justo. Las artesanas durante la pandemia comprobaron que el ofrecer las prendas terminadas por medio de redes sociales, las artesanías fueron vendidas sin que el comprador final regateara el precio. Revalorar, retomar e incorporar las técnicas ancestrales en los textiles artesanales abre el mercado y amplía la demanda por ello, ofrecer prendas originales y diferentes a la imitación abre puertas a mercados disímiles, pero siempre ofertando textiles que no dejen de representar la cultura de esta región del estado.

En este mismo contexto cultural, es urgente trabajar para el rescate de nombres, descripción y significado de la iconografía en la comunidad de Plan de Pierna municipio de Xochistlahuaca. Las artesanas conservan las técnicas ancestrales, pero la iconografía pasa desapercibida. Si al momento de realizar una venta, las artesanas describen por completo la técnica con la que elaboraron el textil, así como la descripción y el nombre de la iconografía, sin duda las personas darían otro valor a las prendas.

Como mandato constitucional se sabe que los artesanos tienen que ser beneficiados con proyectos que contribuyan a la conservación de las culturas y, además contribuyen a mejorar las condiciones de vida de estos productores. Para ello, es necesario que la

información sea difundida por todos los medios posibles, con todas las especificaciones que se tengan que cumplir. Sin embargo, es necesario entender que las comunidades rurales indígenas no todos cuentan con los servicios tecnológicos, así como también, el nivel de escolaridad y analfabetismo que persiste en estos sectores sociales.

## Referencias

- Bautista, L., Gómez, L. y Toledo, A.** (2023). "Comercio justo en artesanías de barro de Santa María Atzompa, Oaxaca, México". *Revista GeSec*. 14 (6), pp. 10305-10324. DOI: <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i6.2376>
- Caicedo, J.F.** (2013). "Economía y Desarrollo Rural. La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín" *Corpoica Ciencia. Tecnología. Agropecuaria*, pp. 27-32. <https://bit.ly/3IjJq7l>
- Chávez C. y Natal A.** (2012). "Desarrollo Regional y Acción de Base: El caso de una Organización indígena de productores de café en Oaxaca", *Economía sociedad y desarrollo*, 21 840, pp. 597-618. Disponible en: <https://www.scielo.org.mx/pdf/est/v12n40/v12n40a3.pdf>.
- Flores-Montes, J.** (2020). "Mercancías únicas. La fantasía ideológica de la producción de textiles Artesanales." *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*. 18 (1) pp. 49-60. Disponible en: DOI:10.29043/liminar.v18i1.730.
- Hernández, K. S.** (2010). "La artesanía en un artesano luthier." *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Disponible en: [www.eumed.net/rev/cccss/09/kshm.htm](http://www.eumed.net/rev/cccss/09/kshm.htm)
- Hernández, V., Pineda D. y Andrade, M. A.** (2011). "Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México." *Universidad & Empresa*, 13 (21), pp. 65-92. Disponible en: <https://bit.ly/3LDcpVS>
- INEGI** (2022). "Cuenta satélite de la cultura de México, 2021." Comunicado de prensa núm. 661/22. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/CSC/CSC2021.pdf>
- Loza, G.** (2023). "La importancia del reconocimiento y fortalecimiento de la actividad artesanal en México como manifestación del derecho humano a la diversidad cultural". *Oxímoron. Revista Internacional de Ética y Política*, (22), 159-180. Disponible en: <https://doi.org/10.1344/oxmora.2023.i22.41043>
- Maciel-Martínez, X.** (2014) "El telar de cintura en la práctica femenina mesoamericana: estrategias de sobrevivencia entre la tradición y la modernidad en Ministerio de Educación, Cultura y Deporte" en *Tradición y Modernidad. Patrimonio en Femenino*, España. Disponible en: [http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/portal\\_social/import/medciencia/medciencia0023.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/portal_social/import/medciencia/medciencia0023.pdf)
- Malo, C.** (2007). "Artesanías y Entorno", 63-64, pp. 7-24. Disponible en: <https://bit.ly/3POE2gK>

- Martínez, O.** (2022). "Características de los Pueblos Indígenas en El Salvador". *Revista Con-Secuencias*, (2). Disponible en: <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/racs/article/view/2293>
- Ojinaga, B.** (2020). "Los hilos de la memoria: tejiendo las narrativas de los centros textiles en México y Perú." *Revista de historia, teoría y crítica de arte*. pp. 42-61. Disponible en: <https://doi.org/10.25025/hart06.2020.04>
- Persánch, J.M. y Aixelà-Cabré, Y.** (2022). "Multiculturalismo y gestión de la diversidad en el mundo del siglo XXI". *Procesos Históricos. Revista de Historia*, 41, pp. 26-43. Disponible en: <https://digital.csic.es/handle/10261/283041>
- Ramos V. K.** (2013). "Plan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de accesorios a partir de diseños basados en la técnica de bordado punto de cruz en el distrito metropolitano de Quito" , Tesis de Licenciatura, Ecuador. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Disponible en: <https://bit.ly/3cqqrco>
- Rey, A. M.** (2020). "Wounaan phuboorr: Tejido de Chaquira como técnica de preservación de memoria por la mujer indígena Wounaan". *Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano*, disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12010/10115>
- Sánchez Ortega, J. A., Rivas Rivadeneira, R., Echaiz Rodas, C. A., y Hidalgo Romero, I.** (2022). "Liderazgo democrático y compromiso organizacional en la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía". *Journal of the Academy*, (6), pp. 66-88. Disponible en: <https://doi.org/10.47058/joa6.5>
- Santos, R., Díaz, M. y Vela, F.** (2019). "La producción y comercialización de las artesanías champotoneras. ¿actividad tendiente a desaparecer?" en Barroso, F., Santos, R. y Patrón, R. (coords.). *El Desarrollo de Ventajas Competitivas en las Organizaciones*, Universidad del Mayab S.C. disponible en: [https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Barroso-Tanoira/publication/336882183\\_El\\_desarrollo\\_de\\_ventajas\\_competitivas\\_en\\_las\\_organizaciones/links/5db8ece44585151435d17339/El-desarrollo-de-ventajas-competitivas-en-las-organizaciones.pdf#page=117](https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Barroso-Tanoira/publication/336882183_El_desarrollo_de_ventajas_competitivas_en_las_organizaciones/links/5db8ece44585151435d17339/El-desarrollo-de-ventajas-competitivas-en-las-organizaciones.pdf#page=117)
- UNESCO** (2001). "Artesanías creadoras, París: Unesco, Sección de Artesanías y Diseño". Disponible en: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000125920\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000125920_spa)
- Vásquez, E.A. y Templos, T.T.** (2020). *Artesanías de México: comprendiendo la construcción de nuestra identidad*. Centro de Investigación y Estudios Sociales, Económicos y de Mercados del Sector Privado. Disponible en: [https://www.academia.edu/43597001/Artesan%C3%ADas\\_de\\_M%C3%A9xico\\_comprendiendo\\_la\\_construcci%C3%B3n\\_de\\_nuestra\\_identidad](https://www.academia.edu/43597001/Artesan%C3%ADas_de_M%C3%A9xico_comprendiendo_la_construcci%C3%B3n_de_nuestra_identidad)
- Villareal, J. G.** (2022). "Factores que influyen en la producción y comercialización de artesanías en Tequisquiapan, Querétaro". *South Florida Journal of Development*, 3(5), 6313-6326. Disponible en: <https://doi.org/10.46932/sfjdv3n5-062>

