



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO

UNIDAD DE CIENCIAS DE DESARROLLO REGIONAL

MAESTRÍA EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE (CONACYT)

PROGRAMA INCORPORADO AL SISTEMA NACIONAL DE POSGRADOS (SNP)

Título del proyecto:

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

Trabajo de Investigación
Que para obtener el grado de
Maestro (a) en Gestión para el Desarrollo Sustentable

Presenta:

Griselda Nicolás Morales

Matrícula: 20255268 Generación: Sexta

Director (a):

Dra. Rocío López Velasco

Co - Director (a):

Dra. María Esther Méndez Cadena

Comité Tutorial:

Dra. Dulce María Quintero Romero

Dr. Manuel Ignacio Ruz Vargas

Dr. Ulises Moreno Tabarez



Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Capítulo I. Marco referencial y conceptual	10
1.1 Comunidades indígenas	10
1.2 Artesanías en México	11
1.3 Comercio de artesanías	14
1.4 El comercio de artesanías y las instituciones públicas	18
1.5 Desarrollo sustentable y comunidades indígenas	20
1.6. Marco conceptual	23
Capítulo II. Mercados alternativos para las artesanías de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna de la Costa Chica de Guerrero	26
2.1 Marco metodológico	26
2.2. Caracterización del territorio	29
2.2.1 Cochoapa y Zacualpan	30
2.2.2 Plan de Pierna	33
2.3. Resultados	35
2.3.1 Pre diagnóstico: aplicación de la matriz FODA	35
2.3.2. Explorando nuevos canales de comercialización	37
2.3.2.1 Diagnóstico	37
2.3.3 Proceso de innovación para la conquista de mercados	40
2.3.4 Programas públicos de apoyo a artesanos	45
2.3.5. Conclusión y discusión de resultados	50
<i>Referencias</i>	54

Índice de tablas

Tabla 1. Población, grado de marginación y analfabetismo en Cochoapa y Zacualpan-----	30
Tabla 2. Población, grado de marginación y analfabetismo en Plan de Pierna--- -----	33
Tabla 3. Matriz FODA-----	36
Tabla 4. Mercado y competencia actual de las artesanías de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna-----	37
Tabla 5. Precio de compra y venta del intermediario por prenda-----	39
Tabla 6. Programas sociales del FONART-----	45-46
Tabla 7. Programas y acciones de la Secretaría de cultura-----	48
Tabla 8. Organizaciones públicas y privadas-----	49-50

Índice de figuras

Figura 1. Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna-----	29
Figura 2. Cochoapa-----	31
Figura 3. Zacualpan-----	31
Figura 4. Plan de Pierna-----	34
Figura 5. Grupo de artesanas para dar inicio con el taller-----	41
Figura 6. Selección de material-----	41
Figura 7. Descripción del brocado en telar de cintura-----	42
Figura 8. Artesanas de Zacualpan bordando en punto de cruz-----	42
Figura 9. Artesana de Cochoapa bordando con chaquira-----	43
Figura 10. Blusa de telar de cintura-----	43
Figura 11. Blusa con bordados en punto de cruz-----	44
Figura 12. Blusa típica bordada con chaquira-----	44
Figura 13. Entrega de recursos a las artesanas de Cochoapa y Zacualpan-----	46
Figura 13. Entrega de recursos a las artesanas de Plan de Pierna-----	47

Resumen

Existen grupos u organizaciones de artesanas que han logrado posicionar sus productos en el mercado local y nacional, ofreciendo calidad al consumidor y la seguridad de que el ingreso generado por la venta beneficia directamente a la artesana. Sin embargo, no todos los grupos han logrado colocar sus artesanías en el mercado, es el caso de las artesanas amuzgas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna comunidades indígenas de la Costa Chica del estado de Guerrero. Las artesanas han padecido, 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 a las artesanas se les dificulta acceder.

El propósito de este proyecto fue identificar canales de ventas para artesanas amuzgas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna, debido a que se identificó falta de alternativas de comercio, insuficiente apoyo para la comercialización directa de artesanías en las comunidades indígenas caracterizadas por altos niveles de vulnerabilidad y extrema pobreza.

En este trabajo se empleó la metodología cualitativa, las técnicas de observación participante, diario de campo, grupo focal, entrevista y el taller participativo. Su empleo permitió el acercamiento directo con un grupo de artesanas, así como el reconocimiento del entorno en el que viven. La información recolectada fue analizada y derivó en reflexiones sobre la estructura del mercado de artesanías para encontrar mejores canales de comercialización y con ello incidir en nuevos espacios de venta. Se generaron acciones para revalorizar las técnicas ancestrales de producción y se planteó el innovar como elemento para optimizar la competitividad del grupo de mujeres artesanas de las comunidades de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna en la Costa Chica del estado de Guerrero.

Para contribuir al desarrollo de los grupos de artesanas debe considerarse el desarrollo endógeno al ser una de las vías para llegar al desarrollo sustentable con la elaboración de artesanías las personas en las comunidades trabajan organizados para incrementar la producción haciendo uso razonable de la materia prima con que cuenta la región, realizar ventas

grupales que permite fijar precios justos y asegurar ingresos económicos a las familias, colaborar en grupos el acceso a la información donde fluye de mejor manera y posibilita la participación de todas en las convocatorias emitidas por los diferentes niveles de gobierno.

Palabras claves: intermediarismo, artesanías, mujeres artesanas, comercio artesanal.

Abstract

The purpose of this project was to identify sales channels for Amuzgas artisans from Cochoapa, Zacualpan and Plan de Pierna, because a lack of market was identified, insufficient support for the direct marketing of handicrafts in indigenous communities with high levels of extreme poverty.

In this work, the qualitative methodology, participant observation techniques, field diary, focus group, interview and participatory workshop were used. Their employment allowed them to work directly with a group of artisans, as well as to know the social context in which they live. the information collected was analyzed and led to reflections on the structure of the handicrafts market to find better marketing channels, avoid the intermediary and thereby influence new sales spaces. Actions were generated to revalue ancestral production techniques and innovation was proposed as an element to optimize the competitiveness of the group of artisan women from the communities of Cochoapa, Zacualpan and Plan de Pierna on the Costa Chica in the state of Guerrero.

Key word: intermediary, crafts, artisan women, craft trade

Introducción

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

La actividad artesanal además de generar recursos económicos contribuye a la conservación y revalorización de conocimientos tradicionales como parte de una memoria colectiva presente en el teñido de hilos a base de plantas, figuras en bordados, tramas de tejido entre otros más. Ello también permite la resignificación de los pueblos indígenas de sus aportes y visibiliza su contribución a la cultura y sociedad mexicana.

Las comunidades indígenas además de elaborar artesanías, son quienes protegen las áreas naturales en donde habitan, sus pobladores tienen los conocimientos ancestrales de cuidado al medio ambiente, por ello hacen uso razonable de la materia prima que la naturaleza les ofrece para la elaboración de sus artesanías quien posteriormente comercializan en mercados locales y regionales.

La elaboración de artesanías se trata de un trabajo de cuidadosa y detallada elaboración en donde la artesana tiene relación directa con los materiales que maneja, dándole forma con sus manos a su imaginación y creatividad, no se reproducen acciones mecánicas para elaborar un objeto como ocurre en la producción a gran escala, sino de una relación vital con el objeto de que se planea realizar y el control directo de su proceso de elaboración (Malo, 2007).

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 los mercados de comercialización, a sus desconocimiento de la tecnología, la falta de difusión sobre programas de apoyo a artesanos, situaciones que terminan impactando sus posibilidades de

venta directa. Sin embargo, con el tiempo y la demanda de productos artesanales ha surgido el proceso de venta a través de intermediarios, quienes cuentan con los recursos y medios para poder adquirir prendas o artículos en cantidades a precios bajos para después revender en otros mercados, obteniendo mejores beneficios económicos que los que alcanza el artesano quien elaboró el producto.

El propósito de este proyecto fue identificar canales de ventas para artesanas amuzgas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna, debido a que se identificó falta de alternativas de comercio, insuficiente apoyo para la comercialización directa de artesanías en las comunidades indígenas caracterizadas por altos niveles de vulnerabilidad y extrema pobreza.

Existe diversidad de factores que intervienen en el mercado de artesanías que se encuentra inmerso en dinámicas económicas y socioculturales, y propician la exclusión de los grupos sociales que tienen menos poder (Caicedo, 2013) como es el caso de los artesanos de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna en la Costa Chica de Guerrero.

Los habitantes de las comunidades indígenas viven con muchas carencias sociales, pero esto no es impedimento para realizar diversidad de trabajos que ayudan a mejorar las condiciones de vida en que se encuentran, en especial los artesanos que con gran dedicación elaboran sus productos, aunque en ocasiones sea desvalorizado.

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, y así impulsar esta actividad económica para que los productores mejoren las 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, ya que al participar en diversos eventos organizados por grupos sociales comprometidos por el bienestar de estas poblaciones también se incidirá en la mejora de los ingresos y la revaloración de los productos, al ser vendidos a precios justos que den un valor que corresponda al grado de elaboración de la artesanía y los conocimientos ancestrales presentes en ellas.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el artículo 2° establece que los artesanos tienen que ser apoyados con proyectos que contribuyan a la conservación de las culturas, en este caso también a la producción, difusión y comercialización con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de estos productores.

Para ello, es importante 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 las limitantes del bajo nivel de escolaridad y analfabetismo que persiste en estos sectores sociales.

El trabajo se integra de dos capítulos, en el uno se aborda la contribución económica y social que tiene la producción de artesanías en nuestro país. Producción que reporta una gran retribución a los productores (as) indígenas no sólo en aspectos materiales sino también, en aspectos culturales. El capítulo dos expone el enfoque metodológico empleado para realizar un diagnóstico de las condiciones en las cuales se producen y se venden las prendas de vestir de las tejedoras amuzgas. En él se destaca la problemática que enfrentan las tejedoras en el mercado local y regional, donde la presencia del intermediario resta sus posibilidades de crecer como grupo de productoras. De ahí la propuesta de buscar mercados alternativos aprovechando los apoyos oficiales, las redes sociales y la recuperación de las técnicas ancestrales para mejorar el producto y el acceso al mercado. La producción y comercialización de artesanías, si se desempeña de manera planificada, contribuye al desarrollo sustentable, pues esta actividad protege el medio ambiente (Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS)12), se conserva la cultura de los pueblos y se puede mejorar la calidad de vida de la población que habita en estas comunidades rurales e indígenas (ODS1).

Capítulo I. Marco referencial y conceptual

1.1 Comunidades indígenas

Los territorios indígenas son importantes para la conservación de la biodiversidad, la población controla áreas de recursos naturales de forma legal y en algunos casos no es así, los pueblos indígenas sobreviven por los vínculos que establecen con el ecosistema del asentamiento humano, la subsistencia de los pueblos originarios está basada más en intercambios con la naturaleza, que en servirse de ella (Toledo y Barrera, 2008).

A nivel internacional y nacional se reconoce a los movimientos indígenas como ecológicos, sus luchas políticas por el derecho a sus territorios y por usar y conservar los recursos naturales, en estas acciones ha estado presente su identidad con base en ideas ecológicas y sus acciones se han manifestado en actividades ligadas al fortalecimiento, protección y respeto de la identidad cultural la cual se basa en la relación de su cultura y territorio (Ulloa, 2001).

El artículo 2° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que los habitantes de las comunidades indígenas podrán hacer uso de los recursos naturales que se encuentran en el territorio donde habitan, así como conservar y mejorar las condiciones de vida, respetar y defender la integridad de sus tierras, y que mediante acciones coordinadas entre los tres órdenes de gobierno y con la participación de las comunidades se impulsa el desarrollo regional de las zonas indígenas, con el objetivo de fortalecer las economías locales y mejorar las condiciones de vida de sus pueblos, para ello las autoridades encargadas de cada municipio determinan con igualdad las asignaciones presupuestales que las comunidades administrarán directamente para fines específicos.

La Ley número 701 de Reconocimiento, Derechos y Cultura de los Pueblos y Comunidades Indígenas (2011), en su artículo 55 menciona que el estado de Guerrero debe erradicar la desigualdad y toda forma de discriminación económica, social y cultural, a través la creación de vínculos entre los pueblos y comunidades indígenas, así como entre el resto de la

sociedad, impulsar la construcción de una sociedad armónica, basada en el respeto a la diversidad política, cultural y lingüística.

Los territorios donde se encuentran asentados los pueblos originarios son zonas protegidas por sus habitantes, ellos siempre han mostrado respeto y admiración por el ecosistema que les rodea, disponen de los recursos que el medio les proporciona en algunos casos son desechos de la naturaleza la principal materia prima que utilizan para la elaboración de sus artesanías.

La riqueza y relevancia de las comunidades indígenas de acuerdo a Ferro (2015), radica en su gran diversidad cultural y al aporte que hace a la sociedad en general; por ello la protección, promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural son esenciales para un desarrollo sostenible en beneficio de las generaciones actuales y futuras.

1.2 Artesanías en México

Producción

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% respecto al PIB nacional, a precios constantes, el sector de la cultura presentó un crecimiento de 7.5% durante ese año y las áreas del sector con mayor recuperación fueron la música y conciertos, las artes escénicas y espectáculos, y artesanías. Las tres actividades que aportaron más a la producción del sector de cultura son: (1) los medios audiovisuales 35.0%, (2) siguen las artesanías con el 20.8% y (3) la producción cultural de los hogares con el 20.6% (INEGI, 2022).

Para 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% con respecto a 2020; donde la actividad de las artesanías generó 37.7% empleos, le siguió la producción cultural de los hogares con 17.7% y finalmente los medios audiovisuales 13.4% (INEGI, 2022).

Con base a las cifras presentadas por INEGI se muestra que la producción de artesanías desempeña, en el país, un papel importante en el sector cultural. Por su alta colaboración en producción y creación de empleos es necesaria su categorización.

De acuerdo con Vásquez y Templos (2020) 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 (pag.1).

Lobo (2008), define al artesano como aquella persona que se dedica al oficio manual, es decir aquel que realiza su trabajo con las manos aplicando su propia habilidad para realizar cada objeto, sin algún patrón o molde de manera que es muy difícil tener piezas iguales, a diferencia de la fabricación en serie, logrando así darle un sello personal a cada una de sus piezas.

Por otra parte, INEGI (2020) en su clasificación menciona que los productos textiles y la cerámica ocupan un lugar prioritario dentro de la producción artesanal, dentro de los primeros es común la aplicación de tintes vegetales o minerales para teñir los hilos con los que se teje y borda, se emplean distintos puntos de bordado y tejido.

De acuerdo a la UNESCO (2001), las técnicas en el uso de la arcilla, la elaboración de papel, y el curtido de pieles, no han cambiado mucho durante varias generaciones de hombres y mujeres que han transmitido sus recetas y técnicas de padres a hijos, como lo afirman los artesanos que las realizan actualmente. En este estudio se trabajó con la artesanía indígena, especialmente con la artesanía textil.

De acuerdo a la UNESCO (2004), México ocupa el cuarto lugar en ingresos por la venta de artesanías, donde los artículos textiles son los productos que más adquieren los turistas. Sin

embargo, la población que se dedica a esta actividad tiene menos oportunidades en la creación y venta de productos artesanales. En México, es marcada la presencia de pueblos originarios en esta actividad y en países como la India son las mujeres quienes tienen mayor presencia en la producción artesanal.

Dada la diversidad cultural que hay en el país, se cuenta con un cúmulo de relatos en cada población y comunidad es decir, cada grupo artesanal ha desarrollado sus historias (Hernández, 2010) que dan originalidad a sus creaciones. La producción de artesanías se realiza en unidades de producción familiar, en las cuales se conservan las creencias y expectativas cimentadas en experiencias antiguas y modos de vida difíciles de cambiar.

Cultura y artesanías

El siglo XXI es el siglo de la diversidad, según Malo (2008) se cree que hay un cambio en la postura de la sociedad ante lo culturalmente diverso, dejando a un lado la idea de superioridad, uniformidad, aceptando las peculiaridades que se dan entre las distintas culturas, por lo que siempre ha existido en las personas la admiración ante algunos elementos propios de otros grupos culturales.

La diversidad cultural tiene diversas formas de concretarse, una de ellas es a través de las artesanías. La UNESCO (2004), resalta la importancia de la producción artesanal en cuanto a su rol en el combate a la pobreza y en apoyo al desarrollo sostenible por utilizar los recursos locales renovables y por la aplicación de técnicas transmitidas por generaciones. A pesar de este reconocimiento, no existe un apoyo prioritario y significativo a las y los artesanos.

Por ejemplo, los textiles artesanales son objetos culturales que condensan formas particulares de conocimiento transmitidos generacionalmente; son estéticos y originales por su producción manual lo contrario de la producción industrial en serie (Flores-Montes, 2020).

Ojinaga (2020), profundiza más en el aspecto cultural en los textiles artesanales de nuestro país y orienta su trabajo a rescatar la historia de vida de las mujeres indígenas que elaboran estas prendas. Recobra, reivindica y exterioriza la voz de las mujeres creadoras de estas artesanías, quienes viven en sitios periféricos y subordinados. Todo ello con el propósito 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 (p.49).

En resumen, la producción de las artesanías indígenas, a diferencia de las múltiples mercancías que circulan en el mercado, tienen una peculiaridad, pues no sólo son auténticas sino, además, en el trasfondo de ellas, se entretreje todo un bagaje cultural e histórico de mujeres y hombres artesanos.

1.3 Comercio de artesanías

La elaboración y comercialización de artesanías no solamente colabora en la reactivación de la economía, sino también de acuerdo a Benítez, (2009), permite una repartición más justa de la riqueza que contribuye a la mitigación de la pobreza y la marginación, por lo tanto, a la estabilidad social, la dispersión geográfica y ubicación de las artesanas en zonas rurales y pequeños centros urbanos, demanda que se generen procesos de integración para favorecer el desarrollo local, la creación de fuentes de trabajo y evitar las migraciones de estas poblaciones a las grandes urbes.

En este mundo globalizado, el comercio es una de las fuerzas más poderosas que relaciona la vida de todos y también, una principal fuente de riqueza sin precedentes, sin embargo, deja atrás a millones de las personas más pobres del mundo y en especial de América

Latina, cada día aumenta más el auge de las naciones del primer mundo, en cambio en los países subdesarrollados aumenta la pobreza y crece la desigualdad entre ricos y pobres (Ahumada, 2002).

Como consecuencia de las diferencias socioculturales en los mercados de artesanías en la red de comercialización los artesanos generalmente no obtienen los mayores rendimientos económicos, puesto que los intermediarios y revendedores pueden ser los que distribuyen con mayor fluidez comercial al cliente, con esto obtienen un amplio margen de rentabilidad, siendo así, los logros económicos de los comerciantes, por esto algunos productores independientes a menudo expresan su inconformidad frente a la desigualdad socioeconómica (Cohen, 2001, como citado en Rojano, Contreras, Mendoza, 2016).

Sin embargo, el modelo hegemónico de una sociedad individualista sometida a la sobreproducción, el consumismo y el comercio de la ciencia y la tecnología, hace necesario plantear otras miradas en la producción y consumo “con base en la solidaridad, la vida comunitaria y una ciencia idónea que integre los saberes tradicionales, consciente sobre la protección de la naturaleza y comprometido con las futuras generaciones” (Martínez, 2003, pág. 12).

En las comunidades indígenas son diversas las actividades económicas que se realizan entre ellas se encuentra la elaboración y comercialización de distintas artesanías, que les permite generar ingresos para sus familias. Sin embargo, en muchas ocasiones la comercialización se hace en lugares de poca demanda cuando pueden colocarse en mercados de exportación, siempre y cuando se les incorpore el elemento natural del entorno en donde se produce (Turok, 1993).

Una de las herramientas que favorece la integración de las artesanías son los procesos de comercialización, los cuales, de acuerdo a Toledo, Garza e Imberton, (2020) son las formas en que bienes y servicios culturales, simbólicos, sociales o económicos son convertidos en

productos destinados a la venta concertados desde las clases sociales acomodadas con fines político-económicos.

La relevancia de mantener la producción artesanal para las comunidades indígenas como forma, no solo de obtención de recursos, sino también de preservación de la cultura lo que hace necesario considerar nuevas formas de valoración y comercialización para permitir el desarrollo social, económico y sustentable de las artesanías.

Hernández, et ál. (2011) afirman que las organizaciones del sector artesanal presentan la misma problemática que enfrentan las pequeñas y medianas empresas; sus características particulares hacen más complicada su situación, a causa de la alta marginación en la que se encuentran por su ubicación fuera de los centros urbanos y de consumo directo, bajo grado de formación académica y la carente formación técnica empresarial.

Los artesanos al realizar la comercialización se ven en la necesidad de depender de los intermediarios o acaparadores, debido tal vez a la falta de canales de distribución, es una actividad común que los acaparadores adquieren las artesanías por adelantado y vendan las materias primas a los artesanos con la finalidad de asegurar la entrega y cantidad de artículos acordados, son también ellos quienes establecen el precio que pagarán por las artesanías elaboradas (Santos., Díaz., Vela. 2019).

Aun así, el comercio en el mundo puede ofrecer la posibilidad de actuar como una gran fuerza para disminuir la pobreza y proliferar el crecimiento económico, pero esa posibilidad se desaprovecha y no es que se oponga propiamente a las necesidades e intereses de los pobres, sino que las reglas que lo rigen están elaboradas a favor de los que más tienen (Ahumada, 2002).

En este caso, podemos mencionar organizaciones que lograron posicionar sus productos al mercado, ofreciendo calidad al consumidor, con la seguridad de que el ingreso generado por la venta beneficia directamente al productor y su familia, las organizaciones que se mencionan a continuación son ejemplo de perseverancia, dedicación y entrega La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) organización indígena-campesina iniciador del

movimiento de comercio justo, y una de las primeras en eliminar parte de los intermediarios y en exportar desde el sur a países desarrollados, ha jugado un papel de liderazgo al interior del movimiento del comercio justo, contribuyendo enormemente a su fortalecimiento y expansión en el mundo (Chávez y Natal, 2012).

Los acaparadores de mercancía a precios bajos son los beneficiados con la actividad que realizan los productores y artesanos, de ahí surge la idea de crear una asociación para poder regular el comercio de mercancías y con esto mantener precios justos.

El comercio justo se basa en dar un precio equitativo a los productores primarios mediante la disminución de intermediarios 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).

Otro caso en el tema de la comercialización es Sna Jolobil (La Casa del Tejido), es una organización indígena sin fines lucrativos, fundada hace más de 40 años, conformada por alrededor de 30 diferentes comunidades indígenas chiapanecas con el objetivo fundamental de reavivar las técnicas tradicionales del arte textil maya y la comercialización de los productos artesanales que sirven como fuente de ingresos para las tejedoras y sus familias (Sna Jolobil, 2015).

Artesanías de Colombia S.A (2020) es una sociedad que tiene como objetivo elevar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, persiguen un desarrollo integral sostenido que se manifieste en su nivel de vida por medio de mayor productividad y posicionamiento de la artesanía en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, para consolidar la actividad artesanal, se acompaña a los productores y comercializadores para aumentar sus niveles de competitividad y su participación en los mercados.

A pesar de los obstáculos a los que se enfrentan los artesanos y productores hay quienes han sobresalido y alcanzado las metas propuestas con la ayuda de colaboradores, alianzas con

personas comprometidas con la conservación de saberes ancestrales y cuidado del medio ambiente con el fin de generar condiciones de vida adecuadas para la sociedad. Dentro de experiencias exitosas se rescata el presentado por Hernández, Solís y Cortez (2020) que da cuenta de la adopción de estrategias digitales para la comercialización de artesanías en la Costa Chica de Guerrero. Así como el presentado por Hernández-Chavaría, Solís-Martínez y Martínez-Castellanos, J. (2020), que dan cuenta como el proceso de empoderamiento en mujeres artesanas amuzgas de Guerrero, mejora no solo la venta de sus artesanías, sino propicia un mejor desarrollo de ellas.

1.4 El comercio de artesanías y las instituciones públicas

Menciona la Fracción VII del Artículo 2° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que los designados como representantes de la sociedad en el país, estado o municipios tienen el deber de apoyar las actividades productivas y el desarrollo sustentable de las comunidades indígenas mediante acciones que permitan alcanzar la suficiencia de sus ingresos económicos, la aplicación de estímulos para las inversiones públicas y privadas que propicien la creación de empleos, la incorporación de tecnologías para incrementar su propia capacidad productiva, así como para asegurar el acceso equitativo a los sistemas de abasto y comercialización.

Sin embargo, se ha observado que desde el año 2015 hasta la fecha las políticas públicas para promover el desarrollo social, reducir la pobreza y detener la degradación del medio ambiente no han logrado materializar los resultados esperados, los motivos que se identifican, entre otras, son: el incumplimiento del deber político y la crecida presión del modelo capitalista (Lugo y Magal, 2015).

El Estado Mexicano, por medio de la unión de organismos nacionales para el desarrollo del medio rural indígena, lanzó diversos programas de fomento artesanal, tanto para la

producción como para la comercialización, que vincularon a las artesanas indígenas con las exigencias y ritmos del mercado local, nacional e internacional, a la vez comenzó a darse una revalorización de los textiles artesanales, como resultado de la propaganda oficial, pero también por las investigaciones de varios académicos. (Toledo, Garza, Imberton, 2020).

Entre las instituciones gubernamentales de apoyo a estas actividades están:

Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) organismo que tiene el objetivo de apoyar con proyectos productivos, diseñar y ejecutar políticas de desarrollo, promoción y comercialización de la actividad artesanal, impulsar su investigación, así como la normatividad relativa, coadyuvando a incrementar la calidad de vida de los artesanos y a difundir el patrimonio cultural de México (FONART, 2020).

El Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) tiene como objetivo instrumentar políticas públicas que impulsen al sector social de la economía, con el fin de fortalecer y consolidar al sector como uno de los pilares de desarrollo económico del país, a través de la participación, capacitación, investigación, difusión y apoyo a proyectos productivos del sector social, está constituido por todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios, como los ejidos, comunidades, organizaciones de trabajadores, cooperativas, empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores entre otros que se encuentran legalmente constituidos (INAES, 2020).

Coen (2013) considera que es urgente la necesidad de rescatar el sector artesanal, su reconocimiento como sector productivo involucra una cifra importante de empleo, además representa la cultura material viva de la humanidad.

Y si bien el esfuerzo de FONART e INAES es importante, se reconoce que es necesaria la generación de más programas gubernamentales que apoyen la comercialización de artesanías generadas por pobladores indígenas.

1.5 Desarrollo sustentable y comunidades indígenas

A partir de los problemas que han generado las sociedades industriales: como la contaminación, cambio climático, pobreza, menor calidad de vida, y la incertidumbre de que puede seguir pasando surge el modelo de desarrollo sustentable que pretende solucionar los problemas generados por la sociedad (Alejandro-García., Herrera-Tapia y Reynoso-Patiño, 2021).

En el informe de Brundtland la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo en el año 1983 presentaron el concepto de desarrollo sostenible como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas, 1983).

Existen diversas interpretaciones del concepto de desarrollo sostenible a partir de las interpretaciones de diversos autores, esto en referencia a los enfoques ambiental, económico y social. Por ejemplo, Salcedo y Barber (2010) definen al desarrollo sustentable como la capacidad de los ecosistemas para proveer de recursos y la habilidad del ser humano para transformar esos recursos en bienes y servicios que aseguren la calidad de vida, lograr concientizar a la sociedad para que permita a la naturaleza restaurar lo que de ella se toma.

Desde el punto de vista de Bustillos y Martínez (2008) el desarrollo sustentable no solo involucra el enfoque ambiental, social y económico, también abarcan aspectos políticos y culturales relacionados todos de alguna manera para realizar acciones concretas, así como aprovechar los recursos al máximo sin llegar al abuso cumpliendo el objetivo de satisfacer las necesidades de la humanidad, es así que el desarrollo sustentable busca la armonía en un

mundo diverso, considera las diferentes culturas y su relación con la naturaleza, con base en esto se desarrollan estrategias desde el enfoque ambiental, político, económico y social para lograr satisfacer las necesidades de la humanidad protegiendo los recursos para las futuras generaciones.

El propósito del desarrollo sustentable es establecer técnicas que promuevan el desarrollo social de manera que se mantengan los recursos naturales, el medio ambiente y se ofrezca bienestar y calidad de vida a la población, mediante acciones para la conservación de los bienes naturales y fortalecer la competitividad para asegurar el buen vivir de las futuras generaciones (Ramírez., Sánchez., García., 2004).

El desarrollo sustentable busca detener y reparar los problemas generados por el consumo en exceso de los recursos disponibles mediante la puesta en marcha de estrategias que posibilite el desarrollo local, incluyendo la participación de la sociedad y el equilibrio económico de la población sin afectar al ambiente (Alejandro-García., Herrera-Tapia y Reynoso-Patiño, 2021).

El desarrollo sustentable impulsa a la sociedad a ser responsables con el objetivo de lograr mejor calidad de vida con la construcción de proyectos de vida familiares y comunales en el territorio donde habitan, con el propósito de prevenir la migración a los asentamientos urbanos donde se forman cinturones de miseria y riesgo social (Santiago, 2012).

A razón de los problemas económicos, ambientales y sociales que afectan principalmente a los países en desarrollo en el año 2015 como resultado de la cumbre con sede en las Naciones Unidas en Nueva York la Asamblea General aprobó el documento denominado Transformar Nuestro Mundo, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es un plan de acción con 17 objetivos y 169 metas en favor de la sociedad, el medio ambiente y la prosperidad (ONU, 2015).

La Agenda 2030 cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); incluye la eliminación de la pobreza en todo el mundo, combate al cambio climático, educación de calidad, igualdad entre mujeres y hombres, defensa del medio ambiente, entre otros, esto es una

oportunidad para que los países y sus sociedades inicien un nuevo camino para mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás (ONU, 2022).

Los ODS tienen definidas sus metas y son los representantes de cada región del mundo los encargados de llevar a cabo acciones mediante alianzas o de manera individual para poder cumplir con lo establecido. Algunos de los objetivos con los que se relaciona el presente trabajo son

Objetivo 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo, 1.4 De aquí a 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos y acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de la tierra y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación, 1.5 De aquí a 2030, fomentar la resiliencia de los pobres y las personas que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad y reducir su exposición y vulnerabilidad a los fenómenos extremos relacionados con el clima y otras perturbaciones y desastres económicos, sociales y ambientales, 1.a Garantizar una movilización significativa de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para que implementen programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones, 1.b Crear marcos normativos sólidos en los planos nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza (ONU, 2015, p. 27).

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, meta 8.3. Promover políticas

orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros (ONU, 2015, p. 22).

Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Meta 12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales, Meta. 12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización. Meta 12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales (ONU, 2015, p. 25-26).

Todos los objetivos que presenta la Agenda 2030 están relacionados de alguna manera, unos ya encaminados a cumplir con las metas y otros menos avanzados, con el esfuerzo de todos y con alianzas se enfrentan los retos que van surgiendo en el transcurso del tiempo (Llamas-Covarrubias s.f). Si los objetivos se llegaran a cumplir en su totalidad no hay duda de que la humanidad y el medio ambiente subsista.

1.6. Marco conceptual

Mercado artesanal

Las piezas llamadas artesanías tienen un gran valor simbólico para quienes lo producen, así como para quién las consumen, ya que son representaciones de los grupos que los elaboran, por lo que la venta y compra de ellas es un intercambio comercial donde también se intercambian significados, como las formas de pensar e interpretar la cotidianidad (Hernández y Díaz 2005).

El mercado es considerado un espacio de venta y desde el punto de vista de Arellanes y Casas (2011) cada uno de ellos tiene sus peculiaridades y funcionan a distintos niveles como canales comerciales y de intercambio de productos tanto para vendedores como para

consumidores, pero también efectúan funciones sociales y culturales en los espacios en los que se ubican.

La comercialización de artesanías es una actividad que tiene que beneficiar a los artesanos o productores en primer lugar, pero eso sigue alejado de la realidad para muchos artesanos; por ello en algunos estados de la República Mexicana, principalmente los estados del sur, optaron por una forma de conectar productor-consumidor bajo un modelo comercial llamado comercio justo, donde no solo la relación comercial es importante, también incluye otros factores en favor del productor y el medio ambiente.

Comercio justo

La comercialización de artesanías es una actividad que tiene que beneficiar a los artesanos o productores en primer lugar, pero eso sigue alejado de la realidad para muchos artesanos, por ello en algunos estados de la República Mexicana, principalmente los estados del sur, optaron por una forma de conectar productor-consumidor bajo un modelo comercial llamado comercio justo, donde no solo la relación comercial es importante, también incluye otros factores en favor del productor y el medio ambiente.

García (2011) afirma que el comercio justo es el acuerdo de un enlace directo entre productores y consumidores, proporciona alternativas de comercialización. la extinción en lo posible de intermediarios, la atribución de un precio equitativo y estable que posibilite al productor y su familia vivir de una manera más digna, así como la búsqueda del bien común, la igualdad, y el cuidado del medio ambiente. Este grupo de cualidades conlleva no sólo a fijar un precio que alcance para cubrir las necesidades de los productores, sino también a establecer las condiciones para un desarrollo sustentable.

Intermediación comercial

La intermediación comercial, es la actividad que se realiza al unir la oferta y la demanda, es decir, los fabricantes o productores de los bienes con los consumidores que desean satisfacer una necesidad a través de la adquisición de productos y servicios (Caballero, 2014).

Sin embargo, existe la intermediación comercial que impide el desarrollo del pequeño productor, lo cual es muy común en las zonas rurales. Caicedo (2013) Intermediación que se expresa en la fijación del precio es decir, el precio inicial lo propone el artesano pero, el comprador cuestiona cada detalle que tenga la prenda para poder disminuir el valor del artículo, precio que termina aceptando el vendedor por necesidad.

Identidad cultural

Hablar de identidad cultural de una cierta comunidad de individuos histórica y territorialmente equivale a dicha comunidad a partir de la voluntad de mantener ciertas maneras de ser, pensar y sentir, estas son consideradas valiosas por los miembros de la comunidad, la preservación contiene la necesidad de mantener lo específico propio como marca de diferencia, que no se confunda con los que pertenecen a otras (Mansilla-Torres, 2006). Malo (2016) afirma que la identidad cultural, se constituye por una serie de ideas, creencias, actitudes, ejecuciones creativas, tradiciones organizadas de manera informal que articulan la fisonomía propia de cada región o país.

Artesano

Persona que realiza artículos sin ayuda de maquinaria mecanizada plasmando en cada una de sus creaciones saberes ancestrales que fueron heredado de generación en generación, mostrando su cosmovisión.

Artesanía

Pieza con diseño único elaborado totalmente a mano con materiales que se obtienen en la región donde los elaboran o material industrializado necesario para su creación.

Sustentabilidad

Aprovechar los recursos naturales para cubrir las necesidades que la sociedad exige sin comprometer a las generaciones futuras, proteger el medio ambiente y lograr el equilibrio ecológico, con esto mejorar la calidad de vida de todos.

Capítulo II. Mercados alternativos para las artesanías de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna de la Costa Chica de Guerrero

2.1 Marco metodológico

Se seleccionaron estas tres comunidades porque en la región de Costa Chica son “*líderes*” en la producción de ciertas prendas textiles. Sin embargo, no todas las artesanas han logrado posicionar sus artesanías en el mercado; es el caso de las artesanas de la comunidad de Cochoapa (Ometepec) quienes se dedican a la elaboración de prendas y accesorios bordados con chaquira. Las artesanas de Zacualpan trabajan el bordado en punto de cruz sobre cuadrille y las artesanas de Plan de Pierna (Xochistlahuaca) trabajan el telar de cintura. Artesanas que han enfrentado, desde hace tiempo, a los intermediarios que se dedican a la comercialización de prendas artesanales en tiendas establecidas, mejorando la presentación o bajo el nombre de una marca registrada.

De lo anterior se deriva el propósito de este proyecto que fue identificar canales de comercialización, pues se observan desigualdad de oportunidades en el mercado regional y local. Las artesanas en el mercado se ven inmersas en diversas dinámicas económicas y socioculturales que propician su exclusión (Caicedo, 2013) como es el caso de las artesanas de Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna en la Costa Chica de Guerrero.

En el marco de la pandemia del COVID 19 y bajo las restricciones que marcó la Secretaría de Salud en México, este trabajo utilizó el enfoque cualitativo para cumplir con el objetivo general. El enfoque cualitativo genera datos descriptivos, se obtiene información hablada o escrita directamente de las personas involucradas y permite observar su comportamiento. Está integrado por técnicas para la recolección de datos, de gran utilidad estudiar los fenómenos

sociales en el propio entorno social en el que ocurren, ya que se logra observar la distinción sobre la cosmovisión de ser humano (López y Sandoval, 2016).

Sánchez-Silva (2005), define a la investigación cualitativa como el conjunto de ciertas técnicas de recolección de datos, modelos analíticos generalmente inductivos e hipótesis que consideran a los actores como parte importante en el proceso de obtención de información, el investigador se encuentra involucrado directamente en el proceso de acopio, en consecuencia, es parte del instrumento de recolección, su objetivo es establecer los vínculos y los significados del objeto de estudio.

Para trabajar con la investigación cualitativa es necesario tener la capacidad de obtener información observando la forma de vida y relación entre las personas, entender el significado de las palabras que maneja la población o muestra con quien se trabaja, el sentir de los mismos, la cultura, creencias, la percepción de la realidad y sobre la sociedad, se puede decir que la metodología cualitativa es una forma multidisciplinaria de aproximarse al conocimiento de la realidad social (Pérez-Andrés, 2002).

Las técnicas que se implementaron en este trabajo son las siguientes:

Observación participante

Aranda y Araújo (2009) determinan que la observación participante es aquella técnica en que el observador participa de manera activa en el grupo que se estudia, se identifica con él de tal manera que el grupo lo considera uno más de sus miembros, es decir, el observador tiene una participación tanto externa en cuanto a actividades e interna en cuanto a sentimientos e inquietudes.

Con frecuencia se utiliza cuando se quiere explorar contextos, culturas o aspectos de la vida social en general, describir las actividades que se desarrollan en las distintas sociedades, comprender procesos, vínculos entre las personas, identificar problemas, así como la generación de posibles hipótesis para estudios futuros, la observación puede ser simple o directa, no regulada o participante (Piza-Burgos, Amaiquema-Márquez y Beltrán-Baquerizo, 2019).

Grupos focales

Los grupos focales son entrevistas grupales en donde las preguntas semiestructuradas giran alrededor de un tema específico elegido por el entrevistador para la recolección de datos que sirvan a la investigación, uno de los mayores beneficios de esta estrategia es la participación y compromiso de las personas en el problema de estudio, el objetivo principal de esta técnica es hacer que los involucrados manifiesten actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones (Escobar y Bonilla-Jiménez, 2017).

Desde el punto de vista de Piza-Burgos, Amaiquema-Márquez y Beltrán-Baquerizo (2019) esta técnica se caracteriza por la reunión de un grupo de 6 a 10 personas, sin embargo, si el tema es de mayor complejidad es preferible convocar a menos, el grupo tiene que ser variado para obtener información relevante sobre el tema de estudio y construir una estructura de información con la presencia de un facilitador que cuenta con una guía de preguntas que estimulen mayor profundidad en las respuestas.

Entrevistas

La principal finalidad de la entrevista en la investigación cualitativa es adentrarse en la perspectiva de las personas, permite conocer las creencias, las opiniones, los significados y las acciones que los sujetos y poblaciones les dan a sus propias experiencias, en este encuentro el entrevistador debe poner en funcionamiento una serie de recursos que permitan lograr un grado de confianza y acercamiento al entrevistado, de manera que se logre una relación entre ambos que garantice la obtención de la información buscada, sin que la conversación sea percibida como un interrogatorio (Trindade, 2016).

Para Callén, et al. (2003) la entrevista es una forma de diálogo, de conversación, con base en un turno de preguntas y respuestas sobre un tema en específico, la entrevista debe generarse en un ambiente de confianza entre las dos partes, el entrevistador debe dejar hablar y escuchar, entrevistar a las personas en su propio territorio es la mejor estrategia esto permite que se relajen más que si estuvieran en entornos menos familiares.

2.2. Caracterización del territorio

En seguida se describen las características sociodemográficas de cada localidad, así como también las actividades económicas que desarrollan. Se hace hincapié en las prendas artesanales que elaboran: en Cochoapa el bordado de chaquira; en Zacualpan se especializan en prendas bordadas en punto de cruz sobre una tela llamada cuadrillé y en Plan de Pierna las mujeres elaboran prendas en telar de cintura conocidas generalmente como Huipil.

Cochoapa y Zacualpan pertenecen al municipio de Ometepec y Plan de Pierna al municipio de Xochistlahuaca (figura 1).

Figura 1. Cochoapa, Zacualpan y Plan de Pierna



Fuente: INEGI – SCINCE

2.2.1 Cochoapa y Zacualpan

Ometepec pertenece a la región de la Costa Chica en el estado de Guerrero, tiene una extensión territorial de 630 km², sus colindancias son las siguientes: al norte con Tlacoachistlahuaca y Xochistlahuaca, al sur con Cuajinicuilapa y el estado de Oaxaca, al este con el estado de Oaxaca, y al oeste con Iguala, Cuajinicuilapa y Azoyú, se encuentra a 335 km de la capital del estado y tiene una altitud de 330 metros sobre el nivel del mar, cuenta con un Total de: 68,207 habitantes Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2020).

Según datos del Censo de Población realizado por el INEGI en el año 2020, el municipio de Ometepec está integrado por 171 localidades entre ellas Cochoapa y Zacualpan, comunidades indígenas hablantes de la lengua amuzga. Cochoapa cuenta con un total de 8,141 habitantes, con grado de marginación alto, Zacualpan registra un grado de marginación muy alto y habitan 8,468 personas.

Tabla 1: Población, grado de marginación y analfabetismo en Cochoapa y Zacualpan

Municipio	Localidad	Población femenina	Población masculina	Grado de marginación	Analfabetismo
Ometepec	Cochoapa	51.0%	49.0%	Alto	13.0%
Ometepec	Zacualpan	50.0%	50.0%	Muy alto	33.0%

Fuente: INEGI, 2020

Figura 2. Cochoapa



Fuente: Meza, 2019

Figura 3. Zacualpan



Fuente: Trabajo de campo, 2020

Actividades productivas

En la localidad de Cochoapa se realizan diversas actividades como son: *Artesanías*. En Cochoapa las mujeres se dedican a la elaboración de prendas artesanales y accesorios bordados con chaquira, es una actividad que han realizado sus pobladores desde hace años con técnicas que se heredan entre generaciones y los textiles son vendidos en la comunidad y localidades cercanas.

La elaboración de artesanías con el bordado de chaquira representa y refuerza la identidad, el territorio, su cultura tradicional y rescata elementos de sus ancestros. Esta producción artesanal le da sentido y resignifica a los pueblos indígenas, además de permitir una vida autónoma. Las artesanías se han convertido en 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 (Rey, 2020).

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. Sólo una de las comunidades sigue con la siembra del algodón y su hilado en malacate. El punto de cruz es de las formas de bordado más antiguas que se pueden encontrar a nivel mundial, esta actividad artesanal está evolucionando para cubrir la demanda de las distintas generaciones (Ramos, 2013). Es una técnica que se adapta a las exigencias del consumidor y estimula al artesano a innovar.

Pirotecnia

La producción de fuegos artificiales es una fuente de ingresos, se comercializa en el mercado local y regional además se utiliza en las festividades religiosas y celebraciones especiales. La pirotecnia es una artesanía que compromete el trabajo de muchas familias, el destino de la producción artesanal de la pirotecnia cuenta con un mercado amplio y variado, siendo más importante la demanda en las diferentes festividades religiosas (Galindo, 1991).

Cultivo de maíz

En Cochoapa y Zacualpan la siembra de maíz se realiza en la temporada de lluvia entre los meses de junio y septiembre, la cosecha tiene dos finalidades: una parte es para la venta y otra es para el autoconsumo, disponen de diferentes variedades de maíz criollo y mejorado para la siembra, algunos productores son beneficiados con insumos para el cultivo por medio de programas gubernamentales.

El maíz es un producto comercial y un alimento básico, es parte de la cultura social en el país, es un elemento esencial de la historia y la mitología; una porción importante de la población mantiene respeto hacia él. La cultura alimentaria en México posee un fuerte dominio y una evidente preferencia por consumir el grano en variadas formas, por tal motivo, su cuidado y defensa a su conservación implica no sólo proteger la alimentación, es también, salvaguardar un patrimonio cultural (Trigo y Montenegro, 2002).

2.2.2 Plan de Pierna

De acuerdo con los datos de INEGI (2020), Xochistlahuaca se localiza al sureste de Chilpancingo, tiene una extensión territorial de 430 km², que representa el 0.68% del total estatal, sus colindancias son las siguientes: al norte con Tlacoachistlahuaca y el estado de Oaxaca, al sur con el estado de Oaxaca y Ometepec, al este con Oaxaca, y al oeste con Tlacoachistlahuaca y Ometepec.

Se encuentra a 263 km de la capital del estado y tiene una altitud de 390m sobre el nivel del mar, la población total es de 29,891 habitantes y está conformada por 103 localidades, una de ellas es Plan de Pierna con 1,640 habitantes, clasificada con un nivel de marginación muy alto (INEGI, 2020).

Tabla 2: Población, grado de marginación y analfabetismo en Plan de Pierna

Municipio	Localidad	Población femenina	Población masculina	Grado de marginación	Analfabetismo
Xochistlahuaca	Plan de Pierna	50.0%	50.0%	Muy alto	24%

Fuente: INEGI, 2020

Figura 4. Plan de Pierna



Fuente: Trabajo de campo, 2020

Actividades productivas

En la comunidad de Plan de Pierna Municipio de Xochistlahuaca las actividades económicas que realizan son:

Telar de cintura

Las mujeres elaboran prendas en telar de cintura conocidas generalmente 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 y de género. El telar de cintura, además de adaptarse a nuevos retos y poder innovar su patrimonio cultural dentro del mundo contemporáneo, permite lograr tejidos de gran belleza y complejidad, tanto en su estética como en su contenido simbólico cultural (Maciel-Martínez, 2014).

Cultivo de maíz, Jamaica, Ajonjolí

La siembra de estos cultivos se realiza durante el periodo de lluvia que comprende los meses de junio a septiembre, parte de la cosecha de maíz es para el consumo familiar y la otra es destinada para la venta. La Jamaica se comercializa en el mercado local por el propio productor o por revendedores, el ajonjolí es vendido en centros de acopio.

Cosecha y venta de Aguacate, Mamey y Naranja

En cada una de las temporadas de estas frutas los habitantes de esta comunidad llevan sus productos a la cabecera municipal de Xochistlahuaca y Ometepec a ofrecer su cosecha, los consumidores tienen la seguridad de que son productos orgánicos y que no representan problemas a la salud.

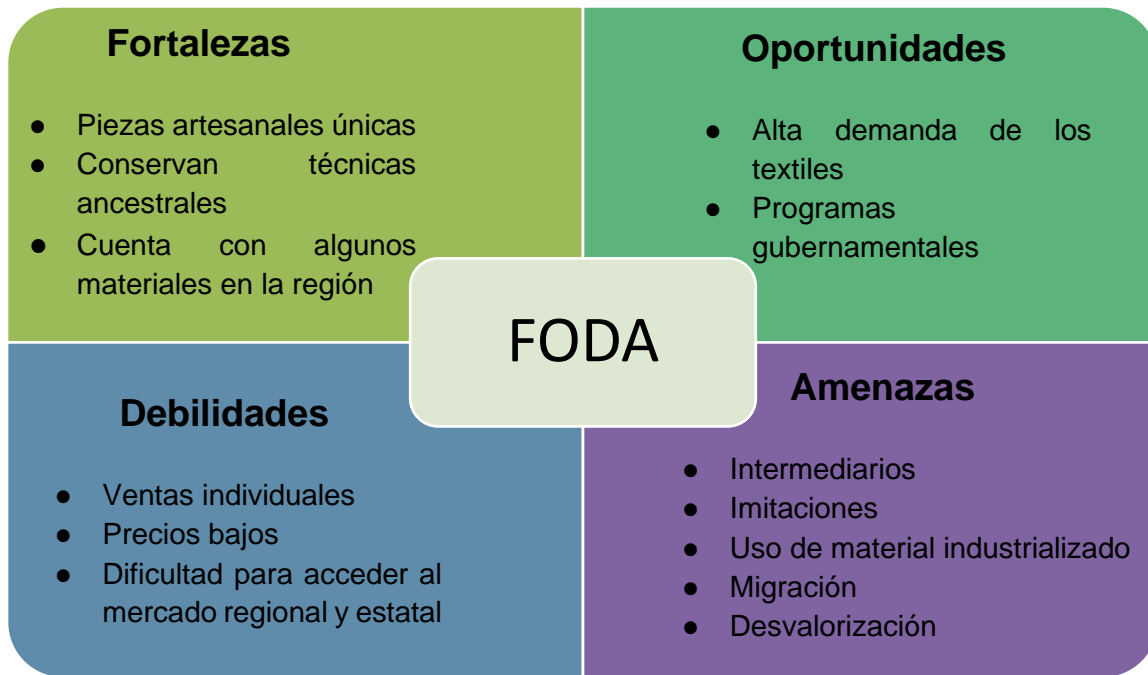
2.3. Resultados

2.3.1 Pre diagnóstico: aplicación de la matriz FODA

El grupo de artesanas con el que se trabajó este proyecto está conformado por veintidós mujeres con edades de 30 a 65 años, todas son mujeres casadas y madres de familia; se reunieron en espacios proporcionados por algunas de las integrantes y se explicó a cada grupo la propuesta de trabajo. La idea inicial era la creación de una sociedad cooperativa, mediante esa figura se harían gestiones a programas gubernamentales y se promovería la comercialización de artesanías con el propósito de obtener mejores precios.

Por motivos de la pandemia provocada por Covid-19, el grupo se dividió en tres, uno en cada comunidad, iniciando con la localidad de Plan de Pierna. Este estuvo integrado por diez artesanas; Cochoapa con seis mujeres y en Zacualpan el grupo fue de seis artesanas. La primera acción fue aplicar el análisis FODA para encontrar los puntos positivos y negativos de la elaboración y comercialización de las artesanías que realiza cada grupo. En la tabla tres se anotan las reflexiones de los tres grupos.

Tabla 3: Matriz FODA



Con base al análisis FODA y con la aprobación del grupo de artesanas se acordó atender y dar prioridad a la búsqueda de mercados para los textiles, pues por la presencia de los intermediarios se impide el bienestar económico de ellas y sus familias. Además, se observó el abandono de las técnicas ancestrales, pues las artesanas prefieren dedicarse a otra actividad que les genere mayores ingresos.

Las tejedoras amuzgas guardan y comparten las practicas textiles en la comunidad sin embargo, existen una serie de factores que contribuyen al decrecimiento del arte textil amuzgo como: las enfermedades, la muerte que afecta a las maestras tejedoras y bordadoras, el desconocimiento o desinterés de las técnicas textiles, pero sobre todo al rompimiento generacional que cada vez está más presente con las maestras tejedoras dispuesta a enseñar y jóvenes poco interesadas en aprender (Francisco, H., Quintero, D.M. y Sánchez, D.M. (2022), p.61 – 62) .

O bien, se acude a la migración por la falta de oportunidades y por el escaso acceso a información oportuna para ser beneficiadas por programas sociales de carácter público.

2.3.2. Explorando nuevos canales de comercialización

2.3.2.1 Diagnóstico

Para el diagnóstico sobre cómo funciona el mercado de las artesanías a nivel local, se implementó la técnica de grupos focales; se trabajó con los tres grupos formados, uno por cada comunidad. En Plan de Pierna se integraron diez artesanas, en Cochoapa seis mujeres y en Zacualpan seis. Los resultados son los siguientes:

Tabla 4: 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">• En la comunidad• Mercado• Domingos de plaza• Zócalo• Tiendas establecidas	<ul style="list-style-type: none">• Otras compañeras artesanas• Personas provenientes de municipios aledaños• Profesores• Estudiantes• Políticos	<ul style="list-style-type: none">• Local• Artesanos de localidades del mismo municipio: San José Ejido, Santa María, Huehuetonoc.• Estatal• Textiles provenientes de Oaxaca• Artesanías de Chiapas

Con base en sus reflexiones, 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 producir 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, comunicación personal, 25 de abril de 2021).

En los hogares donde vive un mayor número de mujeres logran producir más prendas y tienen la oportunidad de buscar mejores mercados. Ellas reconocen que, si la venta es de manera grupal los resultados son mejores.

Intermediarismo en el Mercado local y Regional

Sobre las respuestas de “¿quién les compra?” y “¿Quiénes son sus principales competidores?”, ellas explicaron que 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.

También, todos los días las artesanas acuden a la ciudad de Ometepec, especialmente al zócalo; el zocalo de la ciudad es un espacio público en este lugar las artesanas pueden vender sus prendas, el tiempo de traslado aproximadamente es de 30 a 90 minutos depende la distancia a la que se encuentra la comunidad de origen; el costo de transporte puede ser de 30 a 150 pesos por vieje de ida y vuelta: Las artesanas que deciden salir de su comunidad a ofrecer sus prendas tienen claro que pueden encontrarse en situaciones en que el idioma que hablan les cause problemas, pero siempre puede más el obtener un ingreso.

En el zócalo las mujeres ofrecen sus productos textiles originarios de Cochoapa, Xochistlahuaca y Zacualpan. Sin embargo, en Ometepec se hace presente la competencia, porque 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 beneficia a los artesanos pues se incrementan las probabilidades de vender sus productos.

De igual manera, 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 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. Pero aún así, persisten los inconvenientes pues el hablar otra lengua distinta al español no les permite explicar el significado y el valor que representa la hechura de la iconografía de las prendas lo cual, demerita el precio de venta.

Otros personajes desarrollan el papel de intermediario, éstos son personas que ocupan cargos públicos en los diferentes niveles de gobierno, su estrategia consiste en llevar a las artesanas el material (insumos) necesario para elaborar las prendas y al final solo pagan la mano de obra sin considerar todo el esfuerzo, dedicación y tiempo que las mujeres invierten en cada artesanía.

Tabla 5. Precio de compra y venta del intermediario por prenda

concepto	costo material	días de trabajo	horas promedio diario	total horas por semana	tiempo aprox de elaboración en semanas	total horas trabajadas	precio de venta al intermediario	menos costo de material	precio de venta intermediario-consumidor final	Pérdida
blusa de chaquirá	\$ 500.00	6	4	24	4	96	\$ 900.00	\$ 400.00	\$ 1,800.00	\$ 1,400.00
blusa bordada en punto de cruz sobre tela cuadrille	\$ 250.00	6	4	24	5	120	\$ 1,500.00	\$1,250.00	\$ 2,500.00	\$ 1,250.00
blusa elaborada en telar de cintura	\$ 250.00	6	4	24	5	120	\$ 1,000.00	\$ 750.00	\$ 1,800.00	\$ 1,050.00

Fuente: elaboración propia.

Por ejemplo, el intermediario compra la blusa de chaquira en \$900.00 pesos y la vende en \$1,400.00; lo cual representa una pérdida para la artesana de \$1,400.00 por prenda (ver tabla 5).

También, las artesanas realizan ventas a diversas tiendas comerciales en la cabecera municipal. 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 esto les genera buenos ingresos. 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 además, la artesanía es cada vez menos redituables y a las artesanas no les conviene invertir más tiempo y dinero en las prendas por ello, las mujeres ya no quieren dedicarse a esta actividad.

2.3.3 Proceso de innovación para la conquista de mercados

Las artesanas se reunían en espacios que ellas proporcionaban y adaptaban para llevar a cabo pláticas enfocadas al trabajo que realizan, el material que usan y compararon la hechura (hilo, iconografía, tela, colores, etc.) de las prendas que elaboraban antes con las actuales. Como resultado de las conversaciones de las artesanas, ellas propusieron realizar un taller denominado “*Conservación de Técnicas Tradicionales de Tejidos y Bordados*” con el propósito de encontrar y generar mejores ventas.

El taller se realizó en Plan de Pierna, Cochoapa y Zacualpan, en donde las artesanas con más experiencia fueron las encargadas de dirigir las actividades que se realizaron; el grupo de artesanas fue quien eligió a una de sus compañeras con mayor experiencia teniendo claro que son las que cuentan con más conocimiento. En este taller se utilizó el material que habían dejado de trabajar durante años con el propósito de comparar tiempo de elaboración, cantidad de material y la calidad de las prendas.

Figura 5. Grupo de artesanas de la comunidad de Plan de Pierna al inicio de taller



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

Se procedió a seleccionar el material, cada una de las artesanas eligió los colores, y la técnica que utilizó. También, se dieron recomendaciones y sugerencias para lograr mejores resultados.

Figura 6. Selección del material



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

Durante un mes y medio los tres grupos se reunían en casa de una de sus compañeras no sólo por cuestiones sanitarias sino también, para mostrar avances y conversar el proceso que estaban realizando, las dificultades a las que se enfrentaron y cómo lograron superarlas. En Plan de Pierna participaron diez artesanas adultas, en la comunidad de Zacualpan el grupo fue

integrado por seis mujeres y en Cochoapa asistieron seis artesanas, la mayoría son mujeres adultas con edades de entre 30 y 65 años.

Figura 7. Descripción del brocado por parte de la artesana Zenaida de Jesús Isabel



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

Figura 8. Artesanas de Zacualpan bordando en punto de cruz



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

De igual manera se daba seguimiento a los trabajos de las artesanas de Zacualpan. Con este grupo la selección del material no fue complicado porque se conserva el mismo desde hace años. Pueden utilizar el hilo estambre o hilo vela también conocido como hilo de madeja. Para el taller las artesanas optaron por el hilo; vela su composición es a base de algodón y ayuda a que la prenda sea fresca y suave en comparación con el hilo estambre.

En la comunidad de Cochoapa el seguimiento del taller se realizó visitando a las artesanas en su casa para saber sobre los avances. El material que utilizaron fue la tela cuadrillé y un tipo de chaquira que las artesanas denominan “chaquira preciosa” la cual, fue incorporada para la elaboración de las prendas hace como ocho años. La chaquira tiene buena presentación por lo cual su costo es elevado y se obtienen prendas con mejores resultados lo que incide en el precio de venta.

Figura 9. Artesana de Cochoapa bordando con chaquira



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

Los tres talleres concluyeron con la exposición de las prendas terminadas en donde cada una de las artesanas presentó su textil, describieron el tejido o bordado que trabajó durante el taller.

Figura 10. Blusa elaborada en telar de cintura



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

Blusa de telar de cintura elaborado con la técnica de un alzador de doble hilo, tiene brocados de la iconografía propia de la región. En la pechera lleva brocados de flor de piña, en toda la blusa tiene mariposas de diferentes colores y en la parte de abajo lleva un fleco elaborado por la misma artesana.

Figura 11. Blusa bordada en punto de cruz sobre cuadrillé

Blusa bordada en tela cuadrillé con hilos vela 100% de algodón, con brocados denominados *Guía Flor de Papayita*, con un toque de innovación en el tipo de “cuello V” que se está utilizando.



Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

Figura 12. Blusa típica bordada con chaquira



Blusa típica bordada con chaquira. La blusa es conocida como “blusa de Letilla”. Lleva una tira de siete hebras al contorno de los hombros, en la parte frontal tiene dos piezas iguales y en el centro se encuentra la “Letilla” que es una tira puesta de manera vertical, lleva mangas bordadas y en la parte de atrás lleva una pieza llamada “recogido”.

Fuente: Propia de trabajo de campo, 2021

El día de la exposición se percató que algunas de las artesanas desconocen el nombre y que representa cada iconografía plasmada en las prendas, saben que todas tienen un significado, pero lo desconocen. Las artesanas reconocieron que trabajar con materiales de mejor calidad junto con la innovación, les permite ofrecer productos diferentes y agradables a la vista del consumidor.

2.3.4 Programas públicos de apoyo a artesanos

En la búsqueda de mejores oportunidades de venta y apoyo para las artesanas del grupo “Reyna Amuzga” se revisaron en diversas paginas oficiales, programas públicos que pudieran ser aprovechados por las artesanas, entrevistas a directores y encargados de diferentes instituciones gubernamentales ligados con la actividad, entrevistas virtuales a organizaciones privadas dedicadas a apoyar a artesanos, entre otras.

Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) 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 colectiva según lo permitan las reglas de operación. En la siguiente tabla se enlistan los programas.

Tabla 6. Programas sociales de FONART

Programa	Descripción
Impulsar la Producción	Este programa otorga recursos económicos, en algunos casos en especie a las personas, para la adquisición de materia prima y herramientas ocupadas en la producción artesanal.
Acopio de Artesanías	Mediante un apoyo económico se pretende ampliar las opciones de comercialización de sus productos, la cual podrá ser exhibida en las tiendas del FONART.
Apoyos Individuales para Ferias y/o Exposiciones	Apoya con recursos económicos para el

	transporte, hospedaje, construcción o acondicionamiento de espacios y mobiliario de exhibición, para garantizar su participación en ferias, exposiciones y eventos artesanales nacionales e internacionales, que permita promover, exhibir y comercializar sus artesanías.
Proyectos Artesanales Estratégicos	Tiene como objetivo impulsar a las artesanas y artesanos para que mejoren su proceso productivo y/o incrementen su capacidad comercial, buscando con su ejecución incentivar un desarrollo regional.

Fuente: FONART, 2022

Con esta información, las artesanas participaron en una convocatoria que estaba vigente en ese momento que fue el programa **Apoyo a la Producción**. **Se benefició** una parte del grupo; recibieron el recurso para la adquisición de materiales, para la elaboración de sus artesanías y el apoyo fue entregado en las cabeceras municipales. También, al participar en esta convocatoria se les facilitó el trámite de la credencial de artesana que emite la Secretaría de Desarrollo y Fomento Económico del estado de Guerrero en coordinación con FONART.

Figura 13. Entrega de recursos a las artesanas de Cochoapa y Zacualpan



Fuente. Trabajo de campo, 2022

Figura 14. Entrega de recursos a las artesanas de Plan de Pierna



Fuente. Trabajo de campo, 2022

La Secretaría de Fomento y Desarrollo Económico (SEFODECO) 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 SEFODECO es el medio por el cual los artesanos venden a las tiendas del FONART, también proporciona asesoramiento para participar en los diferentes programas. Además, esta secretaría tiene la función de servir como puente entre el artesano y los programas federales.

Todos los artesanos tienen la oportunidad de postularse o participar en las convocatorias para ser beneficiados por alguno de estos programas públicos, pero hay un problema, la información rara vez llega 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 por ejemplo contar con credencial de artesana, permanecer a una organización legalmente constituida, etc.

Otra de las dependencias gubernamentales que realiza trabajos en beneficio de artesanas y artesanos es la Secretaría de Cultura, programas que están enfocados en la conservación de saberes ancestrales y producción de artesanías.

Tabla 7. Programas y acciones de la Secretaría de Cultura

Acciones y programas	Descripción
Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMYC)	Programa dirigido a la recuperación de la cultura popular para fortalecer los procesos que sustentan las expresiones comunitarias. Se financia a proyectos que estimulan las iniciativas de la sociedad.
Espacios para la paz	Tiene como objetivo fomentar la participación comunitaria y contribuir, desde el arte y la cultura, al desarrollo local a través del aprovechamiento de los recursos culturales propios de las comunidades en las siete regiones y la zona sierra del Estado de Guerrero.

Fuente: Secretaría de Cultura, 2022

Con las acciones que realiza la Secretaría de Cultura se promueve y revaloriza 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.

Finalmente, 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.

Tabla 8. Organizaciones públicas y privadas

Nombre o denominación o razón social	Responsable	Sector
<p>Colectivo ARTE-SANO Es un grupo que comercializa productos artesanales: textiles, alimentos, bebidas, utensilios etc.</p>	<p>Coordinadora Profra. Herlinda Ángeles Bueno Chalco estado de México Tel. 5534337303</p>	<p>Privado</p>
<p>Zocaleadas Eventos culturales con invitados de algunas regiones del estado de Guerrero. En el evento exponen para la venta artesanos de todas las regiones.</p>	<p>M.C. Vladimir Peralta Hernández Dirección de cultura y artes H. Ayuntamiento de Chilpancingo Tel. 7472098522</p>	<p>Público</p>
<p>Tee kolo Establecimiento comercial dedicada a la venta de textil y accesorios artesanales</p>	<p>Ing. Maricruz Nicolás Morales Parque lineal Aurora Elizundia Chilpancingo Gro. Tel. 7471446657</p>	<p>Privado</p>
<p>Ventas comunitarias a tiendas FONART Realizan compras directas en las comunidades considerando la calidad de la artesanía y el material utilizado</p>	<p>Lic. Servando Nava Cruz Director General de Promoción Comercial, Abasto y Artesanías. Recinto de las oficinas del poder ejecutivo del estado de Guerrero, primer piso, edificio Acapulco. Chilpancingo de los bravos Tel. 7474919877</p>	<p>Público</p>
<p>FandaGro A.C Evento donde participan todas las regiones del estado de Guerrero con</p>	<p>Coordinación de vinculación Acapulco de Juárez fandangro@gmail.com</p>	<p>Público y Privado</p>

danzas, música, artesanías, gastronomía.		
Red nacional de artesanos México A.C Colectivo de artesanos que participan en ferias artesanales	Dra. Virginia Peñaloza Tel. 7226206631	Privado
Mercado nacional de productores Venta de productos alimenticios 100% naturales, productos de belleza, accesorios y textiles.	Dra. Areli Flores Núñez Quetzal S/N esquina Golondrinas MZ-30 LT-3 Col. Lomas de San Esteban, Texcoco, 56257 Estado de México Tel. 5951103933	Privado

Fuente: Propia de trabajo de campo, 2020

Si bien, se contactó esta información y existe una alta probabilidad de que los particulares compren las artesanías, sin embargo, es importante tener en mente el negociar un “precio justo” para las productoras de las prendas textiles tanto para el bien de ellas como de su familia y comunidad.

2.3.5. Conclusión y discusión de resultados

Las artesanías elaboradas en telar de cintura, chaquira y punto de cruz son las más comercializadas en la región de la Costa Chica por ello es importante la organización de los artesanos, pues no están constituidos en una figura jurídica que las represente (son un grupo informal) para la venta directa al consumidor y obtener mayores beneficios.

Existen diversidad de opciones para que las artesanas puedan comercializar sus textiles, pero se enfrentan a desafíos como la presencia de los intermediarios, el lenguaje, la falta de escolaridad, la competencia y la pobreza es decir, sus condiciones de marginación y la falta de mercados locales diseñados para sus necesidades obstaculizan sus ventas lo cual se transforma en un logro cuando éstas se materializan. 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 artesanos, por esa razón regatean al momento de realizar la compra de las prendas originales.

Existen tres tipos de intermediarios, los primeros son los vinculados a la comunidad y funcionan como parte de una red de apoyo o una red emergente de comercialización; en segundo lugar son aquellos que compran el producto como negocio propio y tres, los funcionarios públicos que aprovechan su función para enriquecerse. 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 artesanos e intermediarios; por tal razón es indispensable la organización de los pequeños productores, pues ello permitiría que los productores 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 artesanos si bien, es una tarea complicada no 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 la calidad de las prendas y se puede mejorar el precio de venta; el textil se ve mejor a la vista de los consumidores y se puede pagar el precio justo. Para que los compradores paguen un precio adecuado se podrían hacer varias acciones como por ejemplo, mostrar al cliente las diferencias que existen entre una prenda elaborada con materiales sintéticos (hilo estambre) con otra trabajada con los hilos y tela de algodón o bien, señalar las diferencias entre las blusas al utilizar la “chaquira preciosa” con aquella que lleva chaquira comercial. También, se puede trabajar en concientizar a las personas del valor cultural e histórico de cada una de las prendas al momento de la venta, describir en cada una de ellas la iconografía, técnica que se utiliza, tiempo de elaboración, material utilizado, para que el comprador pague un precio justo. las prendas, al momento de la venta describir en cada una de ellas la iconografía,

técnica que se utiliza, tiempo de elaboración, material utilizado, para que el comprador comprenda y pague un precio justo

Por otra parte, los artesanos durante la pandemia comprobaron que fue muy positivo el ofrecer las prendas terminadas por medio de redes sociales, pues en el lapso de tres días las artesanías fueron vendidas sin que el comprador final regateara el precio. Por ello, revalorar, retomar e incorporar las técnicas ancestrales en los textiles abre el mercado y amplía la demanda. Ofrecer prendas originales y diferentes a la imitación abre puertas a mercados disímiles.

En este mismo contexto cultural, es urgente trabajar para el rescate de nombres, descripción y significado de la iconografía en las prendas. Por esta razón, otro grupo de tejedoras (La Flor de Xochistlahuaca) elaboraron un muestrario de un huipil corto plasmados con brocados antiguos. Este muestrario es un mensaje ancestral escrito en el lienzo con figuras antiguas y tiene como objetivo ofrecer a las nuevas generaciones una muestra que les permita escribir su propia historia (Francisco, 2021). 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 describieran 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, pues 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 e indígenas no todos cuentan con los servicios tecnológicos, así como también, el nivel de escolaridad es bajo e incluso persiste el analfabetismo luego entonces, las alternativas que se ofrezcan a estos grupos

sociales deben de ir aparejadas en la búsqueda de mejores condiciones de vida para sus comunidades.

Se tienen que realizar actividades de sensibilización hacia la sociedad, donde se demuestre el valor cultural de las artesanías, señalar que es una actividad amigable con el medio ambiente por el material que utiliza la producción el cual, no genera desechos tóxicos o de difícil degradación por tal razón , los textiles pueden durar años en perfectas condiciones.

El apoyo y acompañamiento a los artesanos ya sea individual o en grupos organizados formales o informales es una parte importante que complementa el desarrollo de esta actividad económica, trabajar de manera grupal mejora los resultados desde la producción de las prendas hasta la venta de estas, mientras el grupo mantenga su organización, los intermediarios pueden tener menos posibilidades de negociar el costo de las artesanías. Si la mayoría de los artesanos de estas comunidades trabajan más organizados y hacen un uso razonable de la materia prima de la región, pueden enfrentar el mercado con precios justos y asegurar ingresos además, posibilita la participación en gran parte de las convocatorias emitidas por todos los niveles de gobierno.

Finalmente, el promover la producción artesanal es una de las vías que ayuda al desarrollo sustentable, pues esta actividad protege el medio ambiente (Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS)12), se conserva la cultura de los pueblos y se puede mejorar la calidad de vida de la población que habita en estas comunidades rurales e indígenas (ODS1). Por tanto, las alternativas que se ofrezcan a estos grupos sociales deben de ir aparejadas en la búsqueda de mejores condiciones de vida para ellos y sus comunidades.

Referencias

- Aranda, T., y Araújo, E. G. (2009). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Editorial EOS, 284. <https://bit.ly/39lEraX>
- Artesanías de Colombia S.A. (2020). Transparencia y acceso a la información. Recuperado el 07 de diciembre de 2020, de <https://bit.ly/3r2ASMr>
- Arellanes Y. y Casas A. (2011). Los mercados tradicionales del valle de Tehuacán-Cuicatlán: Antecedentes y situación actual. *Nueva Antropología*, XXIV (74),93-123. <https://bit.ly/3POU7TF>
- Azuela J. y Cogco R. (2014). Análisis de las políticas públicas de fomento a las artesanías en México. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, XXIV (2),9-28. <https://bit.ly/3cshbsU>
- Alejandro-García.; Herrera-Tapia y Reynoso-Patiño. (2021). Caminos alternativos para la sostenibilidad y el buen vivir Primera edición, Universidad Autónoma Agraria “Antonio Narro” (UAAAN).
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación: serie integral por competencias*, tercera edición, Grupo Editorial Patria.
- Benítez, S. (2009). Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural. *Revista Cultural y Desarrollo*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000221298?posInSet=1&queryId=8126373f-fa93-4e22-83fa-db096937a6e7>
- Bustillo-García, L. y Martínez-Dávila, J. P. (2008). Los enfoques del desarrollo sustentable. *Interciencia*, 33(5),389-395. <https://bit.ly/3B8ZVDs>
- Caballero. P. (2014). *Estrategia y organización comercial*, editorial CEP S.L, Madrid.
- Caicedo, J.F. (2013). Economía y Desarrollo Rural. La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín. *Corpoica Ciencia. Tecnología. Agropecuaria*. 14(1) 27-32. <https://bit.ly/3lJiq7l>
- Callén, B., Ardévol, E., Bertrán, M. y Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, (3),72-92. <https://bit.ly/3o6PubN>
- 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*, XII (40) 597-618. El Colegio Mexiquense A.C, México.
- Coen, G. (2013). Nuevas tendencias del comercio artesanal para América Latina, *Revista Artesanías de América* 73, CIDAP, Ecuador.

- Escobar, J. y Bonilla-Jiménez, F. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, 9(1)51-67, <https://bit.ly/3uSMGCN>
- Espinosa-Márquez, A., Cuevas-Herrero, E., Rivera-Hernández, C. (2020) *Agenda 2030 y Desarrollo Sostenible. Un Reto para los Gobiernos Locales en México*. Vol. 79, Benemérita Universidad de Puebla. Montiel & Soriano Editores S. A. de C. V.
- Ferro, D. (2015). *Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el buen vivir*, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador.
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (2020). *Más Información Vertiente Concursos de Arte Popular*. Consultado 27 de noviembre 2020. <https://bit.ly/3r3gbQu>
- Francisco, H. (2021) *La preservación de técnicas textiles sustentables en mujeres de Xochistlahuaca, Guerrero* (Tesis de maestría) Universidad Autónoma de Guerrero.
- Francisco, H., Quintero, D.M. y Sánchez, D.M. (2022): El conocimiento milenario de las mujeres tejedoras para el desarrollo del territorio amuzgo. In: Mora Cantellano, Ma. del Pilar Alejandra; Serrano Oswald, Serena Eréndira y Mota Flores, V. Enrique [Coords.] (2022). *Reconfigurando territorios a partir de la cultura, el empoderamiento de las mujeres y nuevos turismo*s. UNAM-AMECIDER, México. Páginas 49-64. En: <http://ru.iiec.unam.mx/5881/>. ISBN UNAM 978-607-30-6964-9, AMECIDER 978-607-8632-33-6.
- Galindo, P. (1991). *La pirotecnia*. Consultado mayo 2022. <https://bit.ly/3z4SMDd>
- García, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*. 7(1) pp.105-140. <https://bit.ly/3r64cSb>
- González M. (2014). La triada mercado-estado y sociedad civil en el panorama latinoamericano *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 9 (2)165-179 Universidad Militar Nueva Granada Bogotá, Colombia.
- Hernández G.; De la Paz J.; Domínguez Ma. L.; Ramos A. O. (2002). Canales de distribución y competitividad en artesanías. *Espiral*, IX (25). <https://bit.ly/3J49lJL>
- Hernández-Chavaría, Solís-Martínez y Martínez-Castellanos, J. (2020). Propuesta de empoderamiento a las mujeres emprendedoras: caso región amuzga de Guerrero. *VinculaTégica*. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/39%20HERNANDEZ_SOLIS_MARTINEZ.pdf
- Hernández V.; Pineda D.; Andrade M. A. (2011). Las Pymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Universidad & Empresa*, 13(21) 65-92. <https://bit.ly/3LDcpVS>

- Hernández, J. y Díaz, G. (2005). *Artesanas y artesanos: creación, innovación y tradición en la producción de artesanías*, Universidad Autónoma Benito Juárez . <https://bit.ly/36YRDkJ>
- Hernández, K. S. (2010). La artesanía en un artesano luthier, en *Contribuciones a las Ciencias*. Consultado 17 de febrero de 2022. <https://bit.ly/3NNTtpq>
- Hernández J.; León M.; Hernández M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México, *Estudios Gerenciales*, 23(104) 77-99. <https://bit.ly/3J7VTeH>
- Hernández, R., Solís, A. y Cortez, J. (2020). La aceptación tecnológica en los artesanos textiles de la Costa Chica de Guerrero, *Ciencia Latina. Revista Multidisciplinar*. 4(2), México. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.187Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2021). Consultado 05 de marzo de 2021. <https://www.inegi.org.mx/>
- Instituto Nacional de la Economía Social (2020). Consultado 27 de noviembre de 2020. <https://bit.ly/3DHxjQX>
- Gobierno del Estado de Guerrero (2011). *Ley N° 701 de reconocimiento, derechos y cultura de los pueblos y comunidades indígenas*, Art. 55, (08 de abril de 2011). <https://onx.la/a24e9>
- Lobo M. (2008). Las Palmas en el siglo XVI: una ciudad de artesanos. *Anuario de Estudios Atlánticos*, 1 (54),403-450. <https://bit.ly/3u94Nof>
- Lugo. D y Magal. T, (2015). Ambiente y artesanía: Sinergia para el desarrollo rural sustentable, *Spanish Journal of Rural Development*, VI(3-4).
- Llamas-Covarrubias B. A. (s.f). La agenda 2030 para el desarrollo sostenible, sus avances y retos en México. *Derechos Fundamentales a Debate/Comisión Estatal de Derechos Humanos Jalisco*, 11 (7). <https://bit.ly/3LDWtTx>
- López, N. y Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad de Guadalajara. <https://bit.ly/3yCy9vY>
- Malo C. (2008). *Artesanías, lo útil y lo bello*, Universidad del Azuay, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP, Ecuador.
- Malo C (2007). Artesanías de América, *Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares*, 63-64, pag.8 . <https://bit.ly/3POE2gK>
- Maciel-Martínez, X. (2014)., El telar de cintura en la práctica femenina mesoamericana: estrategias de sobrevivencia entre la tradición y la modernidad. *Tradición y modernidad. Patrimonio en femenino*. 48-54. <https://bit.ly/3uCCwpl>

- Malo C. (2016). *La artesanía como forma de vida, artesanías de América*, n°75, Centro Interamericano de Artes Populares.
- Martínez J. M. (2015). Las áreas naturales protegidas como herramienta para el cuidado y gestión de los recursos naturales: caso de la reserva de la biosfera de La Sepultura en el estado de Chiapas. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 2 ,261-271. <https://bit.ly/3y6Dq0o>
- Mansilla-Torres, S. (2006). Literatura e identidad cultural. *Estudios filológicos*, (41), 131-143. <https://bit.ly/3Obsi6l>
- Martínez-Castillo, Róger (2003). Alternativas para un desarrollo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, IV (7),11-25. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66640702>
- Navarro H. S. (2016). *La artesanía como industria cultural: desafíos y oportunidades*, Pontificia Universidad Javeriana.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2004). *Artesanía-turismo, Sección de Artes, Artesanía y Diseño*, París.
- Organización de las Naciones Unidas (1983). *Desarrollo y cooperación económica internacional*, A/42/427 <https://bit.ly/3ktp4yX>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, A/RES/70/1
- Pérez-Andrés, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista española de salud pública*, 76(5), 373-380. <https://bit.ly/3N3g3Zt>
- Piza-Burgos, N. D., Amaiquema-Márquez, F. A. y Beltrán-Baquerizo, G. E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459. <https://bit.ly/3AKg16c>
- Salcedo M. P.; San Martín F.; Barber C. (2010). El desarrollo sustentable. Modelo de conciliación entre el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente, Universidad la Salle, *Región y estrategia*, 37. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/gye/2010n37/Salcedo>
- Sánchez-Silva, M. (2005). La metodología en la investigación cualitativa (Artículos y Miscelánea). *Mundo Siglo XXI. Revista del Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politécnico Nacional*, 1: 115-118. <https://bit.ly/3QtmJTW>
- Santiago-Jiménez M. E. (2012). Sustentabilidad a dos tiempos, *Polis*, 24|2009. <http://journals.openedition.org/polis/1673>
- Secretaría de Educación Pública. (2015). *Sociedad de Artesanos Indígenas Sna Jolobil*, Chiapas. Consultado 07 de diciembre de 2020. <https://bit.ly/3F58q26>

- Ramírez-Treviño, A.; Sánchez-Núñez J. M; García-Camacho, A. (2004). El Desarrollo Sustentable: Interpretación y Análisis. *Revista del Centro de Investigación*. Universidad La Salle, 6 (21),55-59. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34202107>
- Ramírez D.; Rodríguez S.; Cutiño A. N.; Leite E.; Pérez Y.; Valdespino C.; Conci M. C.; Crupi G.; Moine B.; Ramos Y.; Arias I.; Tamayo D.; Almaguer A.; Escalona K.; Fernández K.; Figueredo L.; Gil M. (2016). *Artesanos emprendedores de la artesanía local en la provincia de Granma, Cuba*. <https://bit.ly/3vX0KLI>
- 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). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://bit.ly/3cqlrco>
- 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. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/10115>.
- Rojano N.; Contreras M.; Mendoza L. (2016). Prácticas del mercado artesanal de la etnia wayú en Riohacha (La Guajira, Colombia): *Estudio etnográfico*. *Pensamiento y Gestión*, (41),262-288. <https://bit.ly/3MMB5fh>
- Taylor S. y Bogdan R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*, España, editorial Paidós, SAICF.
- Toledo S.; Garza A.; Imberto G. (2020). *Miradas etnográficas sobre San Cristóbal de Las Casas y localidades alteñas de Chiapas*. 1a. edición. Universidad Autónoma de Chiapas: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Toledo V. M. y Barrera–Bassols N. (2008) *La memoria biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*, Icaria Editorial, Barcelona.
- Trigo, Y. M., & Montenegro, J. L. (2002). El maíz en México: biodiversidad y cambios en el consumo. *Análisis económico*, 17(36), 281-303 <https://www.redalyc.org/pdf/413/41303610.pdf>
- Turok M. (1993). Artesanía y ecología, *artesanías de América, Centro Interamericano de artesanías y Artes Populares*, 40(1), 5-14 Ecuador. <https://bit.ly/3yYtgit>
- Trindade, V. A. (2016). Entrevistando en investigación cualitativa y los imprevistos en el trabajo de campo: de la entrevista semiestructurada a la entrevista no estructurada. *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*, 18-34, Argentina, editorial de la Universidad de la Plata.
- Ugalde Binda, N. y Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista De Ciencias Económicas*, 31(2), 179-187. <https://bit.ly/3axy84w>
- Ulloa A. (2001). El nativo ecológico: movimientos indígenas y medio ambiente en Colombia. *Movimientos sociales, estado y democracia en Colombia*, 286-320.

Unesco (2001). *Artesanías creadoras*, París. Unesco, Sección de Artesanías y Diseño

Vázquez, M. et al. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*, Universidad Autónoma de Barcelona.