

Factores que Influyen en la producción y comercialización de artesanías en Tequisquiapan, Querétaro

Factors Influencing the production and commercialization of handicrafts in Tequisquiapan, Querétaro

DOI: 10.46932/sfjdv3n5-062

Received in: September 26th, 2022

Accepted in: October 27th, 2022

Jorge Gabriel Villarreal Alcalde

Doctor en Administración

Institution: Universidad Autónoma de Querétaro

Address: Av Río Moctezuma 249, Z/O, Secc 8, San Cayetano, 76807, San Juan del Río, Qro

E-mail: j_alcalde_a@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de conocer los factores que intervienen en la producción y comercialización de artesanías elaboradas por el gremio de artesanos de Tequisquiapan, Querétaro y es la condensación de la tesis doctoral presentada para obtener el grado como doctor en Administración. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo con un alcance exploratorio, donde se aplicaron 54 entrevistas y un grupo de análisis el cual permitió conocer los principales problemas que afecta al gremio para producir y comercializar sus artesanías; dicha actividad ha sido de gran importancia para el sustento de las familias, ya que por generaciones se han ido transmitiendo los conocimientos para elaborar totalmente a mano canastos y otro tipo de enseres, en el estado de Querétaro y en específico, en el municipio de Tequisquiapan utilizando principalmente materiales como sauce, mimbre, vara y la jara. Los principales resultados encontrados es que los artesanos no cuentan con la suficiente preparación para gestionar la producción y distribución de sus productos, lo que ha impactado directamente en la disminución de la producción y comercialización de sus artesanías afectando la creación de empleo, sus ingresos y utilidades; se estima que de 500 artesanos en el parador turístico Luis Donald Colosio en la entrada al municipio de Tequisquiapan, solamente 220 comercializan sus propias artesanías y, el resto comercializa artesanías importadas o de otras regiones del país. El objetivo de la presente investigación fue analizar el impacto que tienen las importaciones de artesanías y materias primas por parte del gremio de artesanos de Tequisquiapan, Querétaro, la dificultad que afrontan para obtener localmente materia prima para la elaboración de sus productos y la creciente competencia que afecta la comercialización y distribución de sus artesanías. El conocimiento de la problemática permitió proponer acciones correctivas a esta problemática.

Palabras clave: globalización, importaciones, ventajas competitivas, producción artesanal.

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of knowing the factors that intervene in the production and commercialization of handicrafts made by the craftsmen's guild of Tequisquiapan, Querétaro and is the condensation of the doctoral thesis presented to obtain the degree as doctor in Administration. This research has a qualitative approach with an exploratory scope, where 54 interviews and an analysis group were applied, which allowed knowing the main problems that affect the guild to produce and market their handicrafts; This activity has been of great importance for the livelihood of families, since for generations the knowledge to make baskets and other types of goods has been transmitted completely by hand, in the state of Querétaro and specifically, in the municipality of

Tequisquiapan. mainly using materials such as willow, wicker, rod and rockrose. The main results found is that artisans do not have sufficient preparation to manage the production and distribution of their products, which has directly impacted the decrease in the production and marketing of their handicrafts, affecting job creation, income and profits. ; It is estimated that of 500 artisans in the Luis Donaldo Colosio tourist inn at the entrance to the municipality of Tequisquiapan, only 220 sell their own crafts and the rest sell imported crafts or crafts from other regions of the country. The objective of this research was to analyze the impact of imports of handicrafts and raw materials by the artisans' guild of Tequisquiapan, Querétaro, the difficulty they face in locally obtaining raw material for the production of their products and the growing competition that affects the marketing and distribution of their handicrafts. The knowledge of the problem allowed to propose corrective actions to this problem.

Keywords: globalization, imports, competitive advantages, craft production.

1 INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación aborda los factores que influyen en la producción y comercialización de artesanías en el gremio de artesanos del municipio de Tequisquiapan, Querétaro, quienes recientemente han manifestado una gran preocupación debido a la notable disminución en sus ventas y utilidades, lo que ha provocado problemas económicos, creciente desempleo y una profunda incertidumbre respecto a su futuro.

A partir de 1996 el gobierno mexicano decide ingresar al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio conocido como (GATT) por sus siglas en inglés y que a partir de 1995 rige como Organización Mundial de Comercio (OMC). Este tratado representa el inicio de un largo periodo caracterizado por la gradual apertura comercial, la inserción de México al mercado mundial y un rompimiento de las cadenas productivas en sectores clave de la economía y que afectó notablemente a sectores como el de artesanías. Al igual que sectores como el calzado y juguetes, la radical apertura comercial dañó al sector artesanal debido a una invasión de productos importados, de baja calidad, producción en serie y a precios que impidieron que los productos artesanales fabricados en México puedan competir en condiciones similares.

Debido a dicha apertura comercial, se ha hecho indispensable que los artesanos se posicionen en los mercados a través de nuevas estrategias de producción, comercialización, distribución e innovación de sus productos. En el municipio de Tequisquiapan, Querétaro gran parte de la población se dedica a la elaboración artesanal de canastas, cestos y otros enseres utilizados en las labores de casa principalmente, además, un problema esencial en lo referente al empleo se refiere a que los pequeños artesanos mexicanos, las implicaciones de laborar en un oficio que es pasado de generación en generación, hace difícil la tarea de conseguir un empleo fuera de ese sector, ya que no se tienen conocimientos suficientes en otra área Cortés (2016). Los artesanos de la zona se han dedicado a la elaboración de artesanías tejidas con

materiales trenzables de origen natural y originalmente representaban el principal ingreso de las familias y que por generaciones se ha ido heredando el oficio, pero actualmente se ha ido perdiendo paulatinamente

Tradicionalmente, el artesano era aquel que exploraba las dimensiones de la habilidad, el compromiso y el juicio de una manera particular, cuyas habilidades deberían transmitirse de generación en generación (Sennett, 2009). Para llegar a tener maestría en algún oficio era necesario ser obediente (o en palabras de los artesanos actualmente) es esencial “tener paciencia y disciplina” (Freightag, 2014). Las materias primas utilizadas para elaborar sus productos se obtienen a través de árboles y plantas que dependen del temporal de lluvias y subsistir a la competencia de las importaciones de países del mismo continente o del continente asiático. (Bustos, 2009), define la producción artesanal como los productos hechos manualmente o con la ayuda de herramientas e incluso medios mecánicos, siempre que la contribución directa del artesano sea el componente más importante del producto terminado, aunque realmente es difícil que un producto sea elaborado 100% a mano sin utilizar ningún tipo de herramienta por lo que en un sistema productivo donde se utiliza cada vez más la tecnología, rezago tecnológico de los artesanos juega otro papel importante en su desventaja competitiva, la cual se deriva en dos vertientes, la primera, en lo que respecta a la producción, porque aunque la mayoría de su trabajo es artesanal, si pudieran incorporar un proceso productivo de lavado y secado del material para elaborar sus artesanías mucho más eficaz y con tecnología, podrían ser mejores; otro aspecto es el bajo nivel de estudio que los deja en desventaja para utilizar los medios electrónicos como estrategia de venta y de la misma manera poder formalizar el negocio a través de la página web del SAT y emitir facturas para poder comercializar sus productos al mayoreo. Ambos son dos problemas para estudiar y resolver.

Como afirma Chiavenato (2009), una buena administración del recurso humano tiene como objetivo principal, ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos y a realizar su misión y de igual manera proporcionar competitividad a la organización, esto significa, saber crear, desarrollar y aplicar las habilidades y las competencias de las fuerzas de trabajo.

Algunos autores refieren que en las empresas familiares en muchos casos al verse mermadas las ganancias por la competencia de mercado las nuevas generaciones deben de cambiar su manera de producir y de comercializar como lo afirma Longenecker (2006) debe de existir un compromiso de las empresas familiares, pero que la cultura de una empresa particular incluye numerosas creencias y conductas distintivas, que ayudan a que la empresa siga adelante conforme a la visión del fundador, esta cultura empresarial no se ha podido continuar ya que los hijos de los artesanos han perdido el interés por seguir trabajando la artesanía derivado de que los ingresos por esta actividad día a día son menos atractivos, pero tarde o temprano las riendas del liderazgo se deberán entregar a una nueva generación y es aquí donde se están rompiendo el vínculo las nuevas generaciones de artesanos, ya que refieren ellos mismos que sus hijos al ver la situación actual de competencia y bajas ventas, están optando por buscar

otros empleos y dejar la artesanía como sustento familiar. La continuidad de la empresa dependerá en gran parte, de la siguiente generación de miembros de la familia y su nivel de compromiso de la empresa. Es por ello que, en México, los negocios de artesanías se consideran un sector fragmentado, porque son pequeños, tienen pequeños volúmenes de producción, tienen procesos rudimentarios, participan de pequeñas porciones del mercado, están dispersos y, como consecuencia, no hay uno solo que ejerza liderazgo y maneje o dirija el sector (Dominguez,2004)

Aunado al problema que se visualiza latente en el empleo, esto podría desencadenar un efecto dominó en cuanto a la estructura organizacional ya que al verse afectado el número de trabajadores que conformarían las nuevas empresas artesanales, tendrían que buscar la manera de implementar una reestructuración organizacional, de distribución y de actualización de tecnologías, que les permita seguir operando y mantenerse en el mercado a largo plazo.

A pesar de los avances tecnológicos se ha visto desde el pasado reciente que la producción artesanal se había limitado al uso de tecnologías por el nivel de estudio de los artesanos, como lo explica Villaseca (2017) que se deben de implementar y aprovechar las oportunidades digitales ya que exige entender nuevos conocimientos al ser humano y algunas de las soluciones que ofrecen las empresas de éxito es que aprovechan sin duda, las capacidades que abren las nuevas tecnologías, especialmente la digitalización y los dispositivos móviles para continuar siendo competitivos en el mercado. En general, las empresas muestran las características de un sector cuando está estancado: (a) cuando las empresas carecen de recursos o habilidades, (b) por el conformismo que existe dentro de la empresa y entre ellas, (c) por la falta de alianzas estratégicas y (e) por el éxito de las empresas externas, lo cual puede apreciarse en los negocios artesanales en México (Hernández,1998). A pesar de que esa actividad es una fuente de ingresos para cerca de nueve millones de mexicanos (García, 2000), a varios negocios de artesanía les hace falta hoy en día no solamente recursos, sino también atención como sector productivo.

La pandemia de COVID-19 vino a agravar la situación de los pequeños productores y, en particular de las microempresas. En el Caso del estado de Querétaro, sus efectos fueron devastadores. En un estudio centrado en las consecuencias económicas de la pandemia en el puerto de Acapulco, (Pérez,2022) menciona que uno de los sectores que más ha resentido los embates de la pandemia de Covid-19 y sus consecuencias ante la contracción económica mundial es el turismo (que tiene una enorme correlación con la venta de artesanías) ya que el gobierno, al reducir la movilidad de las personas para disminuir los contagios provocó la disminución del ingreso de las familias. Durante varias décadas, el turismo es uno de los sectores más dinámicos y factor de impulso para los países en el mundo; la gran relevancia de este sector es fundamental para la creación de empleos y la repercusión en el desarrollo de las regiones ya que contribuye de manera directa e indirecta a la generación de plazas de trabajo. Para el caso de los microempresarios (Rico,2022) encontró que el 43% de las micro, pequeñas y medianas empresas

asentadas en Querétaro y a las cuales pertenecen los artesanos de la región estudiada, se vieron afectados por la emergencia sanitaria del Covid19 y corren peligro de quedarse sin ingresos para pagar a sus empleados y, por tanto, cerrar definitivamente. La pandemia profundizó los problemas que tradicionalmente han afectado a los microempresarios y, en particular, a los artesanos.

La presente investigación se divide en dos etapas: la primera donde se realizó un estudio del estatus actual de los artesanos a través de entrevistas semiestructuradas, donde se pudo obtener información de suma importancia de las carencias que agobian a los artesanos para distribuir eficientemente sus productos y poder competir a nivel nacional e internacional, principalmente la escasez de materia prima, rezago tecnológico y la falta de estrategias de venta y distribución.

Una vez obtenida esta información se realizó un foro con expertos en la materia, segunda etapa,, en conjunto con gobierno municipal y representantes del gremio, con la finalidad de encontrar estrategias y oportunidades de comercialización de artesanías para el gremio, del cual surgió un plan prospectivo integrado por retos, oportunidades, estrategias y proyectos, todo visualizado hasta el año 2030, donde se plantean a detalle cada uno de los resultados y la manera de lograrlos, lo cual servirá como una guía para el gremio y otros gremios del país para que logren una producción y comercialización eficiente de sus artesanías y puedan seguir dedicándose a esta actividad por generaciones como lo venían haciendo hasta hace diez años.

2 METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación cuenta con un enfoque cualitativo utilizando el método científico desde el inicio, lo cual permitió obtener conocimientos más puntuales sobre los factores que influyen en la producción y comercialización de artesanías trenzables en la región de Tequisquiapan, Querétaro, que, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2017) corresponde a la metodología cualitativa de investigación. Por la naturaleza de la presente investigación y la dificultad para obtener información más puntual de la manera de producir las canastas en el gremio artesanal de Tequisquiapan, se complementó la investigación por observación, la cual McDaniel, C. y Gates R., (2016) describen cómo el tipo de investigación que es un proceso sistemático para registrar comportamientos y conductas, sin cuestionar a la gente, lo que ayuda a fundamentar el comportamiento normal de las personas sin incurrir en discrepancias ni sesgos en los resultados.

La visita directa a los talleres de los artesanos y aplicando la técnica de investigación por observación, aportó datos muy valiosos sobre la deficiencia en la producción por parte del gremio de artesanos, y de igual manera se pudo observar el desconocimiento total de los costos de producción de los materiales utilizados, ya que solo tienen un aproximado de las unidades que pueden producir con ciertos kilos de jara, vara y mimbre. Inicialmente este estudio estaba buscando como factor principal la

importación de artesanías asiáticas que perjudica a los artesanos de Tequisquiapan, pero conforme fue avanzando la investigación se encontraron otros factores más relevantes como: el cambio climático, desorganización en el gremio, falta de conocimientos en el proceso de organización y financiero, contaminación ambiental, que vino a secar los árboles a la rivera del río que era donde cortaban la materia prima para la elaboración de las artesanías. En esta investigación, al ser de tipo exploratoria, y que precisamente lo que se busca es identificar problemas y situaciones que puedan ser utilizados como indicadores que se puedan utilizar como variables que sirvan de factores explicativos de la problemática estudiada.

Este trabajo fue desarrollado en la ciudad de San Juan del Río, Querétaro, en un periodo de cinco meses, la recolección de datos se llevó a cabo en el parador artesanal ubicado en la entrada de Tequisquiapan sobre la carretera San Juan de Río – Xilitla, donde venden sus artesanías los integrantes del gremio de artesanos de la localidad. Se seleccionó a este gremio de artesanos, ya que manifiestan que su centro de trabajo está en la mayoría de los casos en sus casas pero que venden mercancía en el mercado del centro también, de tal manera que, si se obtienen datos del mercado del centro de Tequisquiapan, existía la posibilidad de repetir o duplicar información, lo cual generaría un desgaste mayor del personal que laboró en el proyecto, así como de la cuestión económica.

En esta fase de prueba piloto en total se aplicaron 6 entrevistas, 3 en la primera prueba piloto y 3 en la segunda prueba piloto las cuales sirvieron para detectar objeciones de los entrevistados y dificultades sobre la aplicación del instrumento para posteriormente analizarlo y mejorarlo.

Las características de los artesanos entrevistados fueron las siguientes: que fueran artesanos oriundos de Tequisquiapan, que elaboraran artesanías con materiales naturales trenzables, que tuvieran al menos diez años elaborando artesanías en la región y que sus ventas las realizaran en la misma región. Se utilizó un instrumento que se aplicó a 54 artesanos y un grupo de enfoque que tuvieran condiciones homogéneas en cuanto a tamaño y problemática. La tabla 1 muestra el procedimiento elegido para la recolección de datos en las dos etapas en que fue dividido el estudio y que va desde la organización del taller, la capacitación para realizar entrevistas hasta la realización de estas y el análisis de la información recabada. En la etapa II el procedimiento fue similar.

Tabla 1 Coreografía de recolección de datos.

Etapa	Actividades realizadas
Organización del Taller	La selección de prospectos fue realizada entre los estudiantes de la carrera de Negocios y Comercio Internacional, que estaban cursando la materia de Mercadotecnia Internacional e Investigación de Mercados, de la Universidad Autónoma de Querétaro.
	Se seleccionaron horarios que no interfirieran en clases de los prospectos, así como materias para el desarrollo del taller, llevándose a cabo en las instalaciones de la Universidad Autónoma de Querétaro.
	Se estableció un cronograma de trabajo según horas libres de los prospectos y disponibilidad de cubículos y laboratorios.
Revisión de la literatura	Se capacitó a los integrantes del grupo para la búsqueda de la literatura que soportara lo propuesto en el planteamiento del problema y así evitar pérdida de tiempo con la revisión de documentos que no tuvieran relación con nuestro tema.
	Se revisaron y analizaron en grupo de los documentos recolectados
	A partir de la revisión se generaron los aspectos, a investigar.
Capacitación para realizar las entrevistas	Se capacitó a los integrantes del grupo acerca de los puntos importantes para realizar entrevistas de calidad y dar prioridad a la fluidez del entrevistado por el nivel educativo y socio cultural con el que cuentan, se puntualizó a los entrevistadores que, para ganarse la confianza de los entrevistados, se vistieran de la forma más sencilla posible al igual que el léxico utilizado para romper el hielo y obtener la mayor cooperación de ambas partes.
	Se mostraron entrevistas a los entrevistadores, las cuales fueron las primeras realizadas por el encargado del proyecto para que reconocieran las fallas de las primeras entrevistas que muchos se negaban a contestar y otros contestaban por salir del momento.
Generación de Guía de entrevista	Basándose en las prácticas de entrevistas se generaron propuestas de guía de entrevistas, evaluándose cada una y dejando la que se consideró mejor.
Entrevistas piloto fase I	Se aplicaron 3 entrevistas a vecinos y conocidos a manera de prueba piloto.
Revisión de información recabada	Con los resultados de la prueba piloto, se revisó la información de forma grupal y se consensuó si el resultado era acorde para el propósito de la investigación.
	Se identificaron los errores en la prueba piloto y se corrigieron para elaborar la nueva guía con las recomendaciones puntuales para los entrevistadores.
Elaboración de bitácora de entrevistas	Se generó una reunión donde a través de una lluvia de ideas se unificaron días y horas para abordar a los entrevistados, registrándose en una bitácora.
Generación de transcripciones	Se capacitaron a los entrevistadores para generar las transcripciones al programa PDF.
Análisis de la información	Se analizó la información y el procedimiento como se dieron las entrevistas para implementar acciones correctivas para la segunda fase.
Entrevistas piloto fase II	Se aplicaron 3 entrevistas a manera de prueba piloto a familiares muy cercanos que eran artesanos.
Revisión de información recabada	De la misma manera que en la fase I, se revisó la información de forma grupal y se consensuó si el resultado era acorde para el propósito de la investigación.
	Se identificaron los errores en la prueba piloto y se corrigieron para elaborar la nueva guía con las recomendaciones puntuales para los entrevistadores.
Aplicación del instrumento final	Se aplicaron 54 entrevistas finales para proceder a su análisis en el sistema Atlas.Ti

3 RESULTADOS

Los resultados obtenidos se resumen en la tabla 2 para cada tema elegido en la encuesta, la descripción del mismo, el código utilizado, la frecuencia respondida y el total mencionado por los encuestados.

Tabla 2. Resumen de categorías elegidas y frecuencia en las preguntas

Tema	Descripción	Familia	Código	Frec.	Total
Sector externo	En este tema los artesanos expresaron su percepción de los factores externos al país que consideran que afecta a la producción de artesanías local.	Factores internacionales	Importaciones Asiáticas	6	171
			Imitaciones de productos	25	
			Material importado caro por el dólar	38	
			Competencia de Centro y Sudamérica	5	
			Competencia desleal	27	
			Devaluación del peso y tipo de cambio	35	
			Artesanía china barata deja fuera de competitividad	5	
			Precios bajos de productos asiáticos	17	
			Mala calidad de productos importados	13	
Competencia nacional	Dentro de este tema se analizan los factores que se consideran competidores del gremio de artesanos, pero actividades que se realizan dentro del territorio nacional.	Diversidad de competidores nacionales	Competencia entre artesanos	29	102
			Competencia de otros estados	6	
			Maquila de artesanía	7	
			Artesanía local de alta calidad	12	
			Comunidades vecinas que están produciendo artesanalmente	5	
			Comunidades vecinas cambiando la forma de producción capacitándose	4	
			Artesanías de diferentes estados se corre el riesgo de desaparecer la artesanía de Tequisquiapan	11	
			Falta de compromiso del artesano	9	
			Acaparadores de otros estados.	6	
			Años en el ramo y trabajo por tradición familiar	13	
Distribución	En este tema se analizan los factores que limitan a los pequeños productores a cumplir con las nuevas exigencias del mercado para la distribución de sus artesanías.	Factores principales de distribución	Cambio de actividad productiva	21	87
			Acaparadores de otros estados y frustración del artesano	8	
			Estrategia de ventas y capacitación empresarial	9	
			Falta de ventas	22	
			Características de los clientes	8	
			Rezago Tecnológico y estrategias de producción	6	

			Falta de facturación electrónica	2	
			Incitar al consumo nacional falta de apoyo	11	
			Falta de innovación de los artesanos	21	
Materia prima	En este tema se analizan los principales problemas que tienen los artesanos para la obtención de la materia prima que ahora en muchas regiones del país y del mundo están protegidas por ley.	Escasez de materia prima	Contaminación de los ríos	3	42
			Materia protegida por la ley	4	
			Amenaza de protección de materiales en el extranjero	3	
			Escasez de materia prima	17	
			Materia prima protegida en otros países	3	
			Cambio climático	12	

4 DISCUSIÓN Y PROPUESTAS

En este apartado se establecen los hallazgos centrales y de mayor relevancia, conclusiones, recomendaciones y las implicaciones encontradas en el estudio realizado para esta investigación y para finalizar se dan las recomendaciones para cumplir con los objetivos y preguntas de investigación planteadas al inicio. El cuadro 3 muestra un condensado de las propuestas hechas en el foro de análisis:

Tabla 3 Soluciones recomendadas para los artesanos

Proyectos propuestos en el foro	Mesa 1	Mesa 2	Mesa 3	Mesa 4	Mesa 5	Mesa 6	Mesa 7	Total
Mimbrefest: Feria y concursos de artesanía de mimbre.	5	5	6	5	5	7	4	37
Implementar un departamento de administración y contabilidad.	6	5	6	4	5	7	4	37
Exponer las artesanías en ferias nacionales y regionales para establecer relaciones con clientes potenciales.	6	5	6	4	5	7	4	37
Solicitar a Secretaría de Turismo los contactos de las cadenas hoteleras y establecer convenios (ganar-ganar).	6	5	6	4	5	7	4	37
Crear una comercializadora propia del gremio de artesanos.	6	5	6	4	4	7	3	35
Crear una importadora y comercializadora de materia prima directa de los artesanos.	6	4	6	4	4	7	4	35
Modernizar la actividad utilizando las TIC's.	4	5	6	5	3	7	4	34
Apoyos psicológicos, fiscales, administrativos para los artesanos y sus familias.	4	5	5	4	5	7	4	34
Crear empresa gremial para comercializar productos.	5	5	6	4	4	7	3	34

Con apoyo del gobierno y UAQ, realizar el estudio de mercado para ampliar cartera de clientes.	6	5	6	2	4	7	3	33
Asociar al gremio con la UAQ con actividades curriculares, practicas, servicio social, proyecto de titulación.	6	5	3	4	5	6	4	33
Contratos con tiendas departamentales para la venta en masa.	6	5	6	3	5	3	3	31
Trabajo conjunto en alianza comercial con Chile.	4	5	6	4	5	4	3	31
Dar de alta su marca, crear su logo y etiqueta.	6	4	4	3	5	7	1	30
Vincular a los artesanos con empresas del mismo ramo artesanal.	6	0	6	4	1	7	4	28
Hacerlo atractivo a la inversión Ferias y eventos donde se incluya el mimbre.	3	5	6	3	5	3	3	28
Establecer delegados por zonas de Tequisquiapan y posteriormente unirlos para tratar que todos los artesanos estén en sintonía.	6	5	4	0	3	7	2	27
Misiones comerciales en el extranjero.	5	5	6	3	5	0	3	27
Crear convenio UAQ-artesanos para desarrollo de productos.	2	0	6	4	3	7	4	26
Realizar convenios con el Campus Amazcala y Amealco para la autosustentabilidad de la materia prima.	3	5	1	4	5	4	4	26
Crear centro de capacitación y desarrollo en áreas administrativas para artesanos.	3	3	0	4	5	7	3	25
Estudio de nuevas materias primas para evaluar su rentabilidad en el negocio.	6	5	0	3	3	5	2	24
Crear una empresa comercializadora para la exportación de artesanías.	4	2	6	4	0	4	3	23
Registro de la comercializadora en programa IMMEX para la importación y exportación de mercancías.	5	0	6	1	4	1	4	21
Innovación en comercialización y productos, inclusión a otro sector comercial.	1	5	0	4	5	5	1	21
Buscar proveedores en diferentes regiones del país y establecer contratos específicos.	2	0	0	0	1	7	2	12
Buscar la población para impartir talleres sobre artesanías.	2	0	1	0	1	0	1	5

Por lo que se planteó en un comienzo de la investigación y una vez analizada la información se cumplió con los objetivos de la misma ya que profundizan en la actividad artesanal en la región de Tequisquiapan, Querétaro, a través de realizar visitas al sitio de producción y comercialización de

artesanías y después se realizaron las pruebas piloto para posteriormente mejorarlas y llevar a cabo las entrevistas finales, poco a poco nos dimos cuenta que los factores que influyen en la comercialización de dichos productos deben de acentuar principalmente que la mayoría de las personas dedicadas a este ramo son personas de escasos recursos y que han ido heredando el trabajo por generaciones. Lo anterior coincide con lo expuesto por (Montoya,2018) quien propone capacitaciones en temas de liderazgo, autoestima, confianza, solidaridad, participación, trabajo en equipo, manejo de conflictos.

Como es el caso de muchas regiones del país que siguen trabajando de forma rudimentaria lo cual no coincide con el desarrollo tecnológico que se ha venido dando en las últimas décadas desde aquí inicia la desventaja en la competencia con el exterior. Esto refuerza lo encontrado por (Caro,2011) quien en un interesante estudio mostró que la inserción de métodos tecnológicos de vanguardia es indispensable para que los artesanos puedan competir exitosamente.

El caso de Tequisquiapan también ha quedado rezagado en el aspecto tecnológico en comparación con otros gremios del estado y también respecto a otros gremios a nivel nacional e internacional; otra de las grandes desventajas que enfrenta el gremio es que en otras partes del mundo ya están produciendo artesanías, pero involucrando la tecnología en algunos procesos productivos, administrativos y de distribución por lo que han logrado bajar los costos de producción y ser más competitivos. Otro elemento fundamental y que debe plantearse es el uso de nuevos instrumentos para la comercialización de las artesanías, en este sentido y, adicional a la aparición de la pandemia, es necesario utilizar el e-commerce para promover su venta (Palma,2018; Ortega,2014)

Otro factor a resaltar es la falta de apoyos directos del gobierno. Aunque es “tradicional” que la problemática de los artesanos salga a relucir en campañas políticas y recorridos de autoridades gubernamentales, se encontró que un factor fundamental es la falta de apoyos monetarios y administrativos para los artesanos de la zona, lo que coincide con hallazgos hechos en otros estudios (Ramirea,2019; Grez,2007). Por último, otro factor fundamental y trascendental que debe cambiar en forma radical son los apoyos financieros. En México solamente una pequeña parte de los pequeños empresarios tienen acceso al crédito formal y para el caso de los artesanos la problemática es mayor, por tanto, los deja fuera de acceder a recursos necesarios para la capacitación, adquisición de maquinaria y equipo y, en conjunto, capital de trabajo para su negocio (Castañeda,2015; Díaz,2006; Meneses,2020)

5 CONCLUSIONES

En conclusión, se plantearán las líneas estratégicas y sus objetivos de cada uno de los temas rectores (Sector Externo, Competencia Nacional, Distribución y Materia Prima) para poder alcanzar la visión para el año 2030 y que puedan contribuir a la mejora en la producción y comercialización de las artesanías de Tequisquiapan. Algunos elementos que deben considerarse son:

- Las artesanías de mimbre, jara y vara que produce el gremio de artesanos de la región de Tequisquiapan, está protegido legalmente con impuestos a la importación y valoración aduanera para estandarizar los precios de mercado.
- La producción artesanal de la región de Tequisquiapan está integrada como una rama de producción que impulsa a la economía local y nacional.
- Se ha logrado extinguir la comercialización de productos asiáticos dentro de los mercados artesanales de Tequisquiapan, principalmente en el parador artesanal ubicado en la entrada de la ciudad y los ubicados en el centro de ésta.
- La artesanía de la región de Tequisquiapan se ha logrado posicionar y reconocer por los turistas locales, regionales, nacionales y extranjeros con una marca que identifique tanto la calidad del producto final como de las materias primas con la que están elaboradas las artesanías de esta misma región.
- Se ha terminado la venta de imitaciones de artesanías procedentes de otros estados de México y del extranjero.
- Se controla y evita la venta de artesanías de otros estados en los mercados artesanales de Tequisquiapan y sus alrededores.
- El gremio de artesanos implementa procedimientos para controlar la venta de productos diferentes a la artesanía en los mercados artesanales.
- El gremio de artesanos en coordinación con Secretaría de Economía, logran la consideración de mercancías sensibles a las artesanías de mimbre, jara y vara, para que se protejan por ley como un sector específico.
- En la región de Tequisquiapan se implementa la eficiencia en la logística de importación de materias primas para disminuir su costo.
- La materia prima se importa como un *commodity*.
- Los artesanos tienen acceso a préstamos inmediatos para comprar materia prima.

Aunque los resultados fueron loables, es necesario darle un seguimiento puntual a los posibles desafíos que se puedan presentar en el futuro y se espera que la presente investigación sirva de referencia para futuros programas que puedan apoyar a artesanos de otros municipios del Estado de Querétaro y otras regiones del país.

REFERENCIAS

- Bustos Flores, C. (2009). La producción artesanal. *Visión gerencial*, 1, 37-52.
- Campbell R. McConnell y Stanley y Brue L, (2001), Economía, Colombia Mc Graw Hill
- Caro Molina, L. M. (2011). Proyecto de fortalecimiento de la educación técnica y tecnológica para el sector de artesanías.
- Castañeda, J. C. J. (2015) *Influencia de la orientación emprendedora en el desempeño de las empresas de artesanía* (Doctoral dissertation, Instituto Politécnico Nacional México).
- Chiavenato I., Gestión del Talento Humano. Tercera edición, Ed. Mac Graw Hill, México 2009.
- Cortés, F., Luna, M., Medina, A., & Treviño, S. (2016). El comercio internacional del sector artesanal mexicano: una aplicación del modelo del ciclo de vida de los productos. *Revista estudiantil de Economía*, 3(2), 67-86.
- Díaz Bautista, J. A. (2006). Programas del FONART y desarrollo tecnológico en artesanías.
- Domínguez Hernández, M. L., Hernández Girón, J. D. L. P., & Toledo López, A. (2004). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados: El caso de la artesanía en México. *Cuadernos de administración*, 17(27), 127-158.
- Freitag, Vanessa (2014). Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad. *El Artista*, (11),129-143.[fecha de Consulta 27 de Septiembre de 2022]. ISSN.
- Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87432695007>
- Garten Jeffrey (2001). Estrategias para la economía global, primea edición, Estado de México. Editorial Pearson.
- Galeana, M. R., Romero, M. Á. V., Gómez, M. A. B., Ríos, M. D. S. C., Aguilar, N. S., & Larrea, M. A. C. (2022). Sales performance during COVID19, an analysis for microenterprises in the state of Querétaro. *South Florida Journal of Development*, 3(4), 4357-4373.
- González Villaseca, N. (2019). Estrategias de mediación cultural para la formación y el desarrollo de públicos dirigida a mediadores y áreas de educación en museos.
- Grez, S. (2007). Los artesanos chilenos del siglo XX: Un proyecto modernizador-democratizador. *Cyber Humanitatis*, (41).
- Hernández, José y Cols. “Estrategias competitivas en artesanías”, en: *Iztapalapa*, 1998. v. 18, n. 44, pp. 261- 276.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2017). Definición conceptual o constitutiva.
- Hitt Michael, Ireland Duane y Hoskisson Robert (2015), Administración Estratégica Competitividad y Globalización. 11va edición. México D.F. Editorial Cengage Learning.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W., Palich, L. E., & McKinney, J. A. (2006). Ethical attitudes in small businesses and large corporations: Theory and empirical findings from a tracking study spanning three decades. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 167-183.

McDaniel C., y Gates R., (2016), Investigación de Mercados, décima edición, México D.F., Ed. CENGAGE Learning. P.165.

Meneses, M. C. M., Esquivias, M. T., & López, H. Z. D. Á. (2020). APLICACIÓN E IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA ADECUADA EN LA HECHURA ARTESANAL MEXICANA (APPLICATION AND IMPACT OF APPROPRIATE TECHNOLOGY IN MEXICAN ARTISANAL WORKMANSHIP). *Pistas Educativas*, 42(136).

Montoya Sánchez, L., & Peralta Avila, R. (2018). Propuesta de mejora para el desarrollo de la actividad artesanal del distrito de Monsefú.

Ortega, A., Esguerra, D., & Barros, D. (2014). Implementación de herramienta e-Commerce en la promoción de artesanías Iberoamericanas. *Investigación y desarrollo en TIC*, 5(1), 1-5.

Figueroa, U. P., & Fonseca, N. N. A. (2022). Crisis del mercado turístico de Acapulco como consecuencia del Covid-19, 2019-2021: Acapulco's tourism market crisis as a result of Covid-19, 2019-2021. *South Florida Journal of Development*, 3(2), 2036-2052.

Palma Ramírez, M. I. (2018). Implementación de herramientas de e-commerce y estrategias de marketing digital en redes sociales para la comercialización de productos y artesanías de maderas en el cantón Santa Elena.

Ramírez, A. S., & Garrido, I. V. C. (2019). Factores que influyen en los artesanos del municipio de Amealco, México, para no generar marcas en sus productos. In *Hélices y anclas para el desarrollo local* (pp. 130-139). Universidad de Cartagena.

Sennett, Richard (2009). El artesano. Anagrama: España