



Universidad Autónoma Del Estado De México
Centro Universitario UAEM Tenancingo



**ELABORACIÓN Y CONSUMO DE LA CANASTA ARTESANAL DE
TENANCINGO, ESTADO DE MÉXICO, PARA SU COMERCIALIZACIÓN COMO
RECURSO TURÍSTICO CULTURAL**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN TURISMO**

PRESENTA:

ERANDY GENOVEVA MILLÁN ROGEL

Director de Tesis:

DR. TIRZO CASTAÑEDA MARTÍNEZ

Asesora:

DRA. GANDHI GONZÁLEZ GUERRERO

Noviembre, 2013.



Tenancingo, Estado de México; 04 de Noviembre de 2013.

ERANDY GENOVEVA MILLÁN ROGEL
PASANTE DE LA LICENCIATURA EN TURISMO
PRESENTE

Por este conducto comunico a Usted, que con base en el Reglamento de Facultades y Escuelas Profesionales de la UAEM que en su Capítulo VIII artículo 120, 121 y 122, así como el Reglamento de Opciones de Evaluación Profesional de la UAEM Capítulo I artículo 6º, puede proceder a realizar la elaboración en formato electrónico del trabajo de tesis denominada **“Elaboración y Consumo de la Canasta Artesanal de Tenancingo, Estado de México, para su Comercialización como Recurso Turístico Cultural”** y continuar con los trámites y requisitos requeridos para efecto de poder sustentar su examen profesional y obtener el título de **LICENCIADA EN TURISMO**.

Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

Atentamente
PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO
“2013, 50 Aniversario Luctuoso del Poeta Heriberto Enríquez”


QUIM. VÍCTOR MANUEL DÍAZ VERTIZ
SUBDIRECTOR ACADÉMICO DEL CENTRO
UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



Centro Universitario
UAEM Tenancingo



C c. p. L.G. Gabriela A. Ambrosio Arzate.- Encargada del Departamento de Evaluación Profesional.
C. c. p. Archivo
VMDV/vfr.

Tenancingo, Estado de México, a 31 de octubre de 2013

Químico Víctor Manuel Díaz Vertiz
Subdirector Académico
Centro Universitario UAEM Tenancingo
PRESENTE

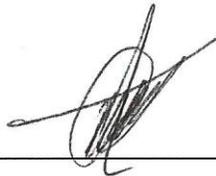
Estimado Químico Díaz, por este medio le informo que han sido atendidos los comentarios emitidos por los revisores de la tesis titulada "Elaboración y Consumo de la Canasta Artesanal de Tenancingo, Estado de México, para su Comercialización como Recurso Turístico Cultural".

La tesis fue realizada por la P. L. en T. Erandy Genoveva Millán Rogel, con número de cuenta UAEM 0113619.

Por lo anterior, solicito la liberalización para proceder a la impresión y se asigne fecha de examen.

Sin más por el momento, reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE



Dr. Tirzo Castañeda Martínez
PTC del CUT

c.c.p. Archivo.

Toluca México 14 de octubre de 2013

L. EN G. GABRIELA ALEJANDRA AMBROSIO ARZATE
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENENACINGO
P R E S E N T E

En respuesta a su oficio de fecha 2 de septiembre recibido por una servidora el 2 de octubre del presente, para revisar la tesis "Elaboración y consumo de la canasta artesanal de Tenancingo Estado de México, para su comercialización como recurso turístico Cultural" que sustenta la PLT Erandy Genoveva Millán Rogel, me permito entregar el dictamen correspondiente bajo el término de aceptado con comentarios, mismos que se registran en el cuerpo del documento revisado y en listado a continuación.

Sin otro asunto me permito quedar de usted,

ATENTAMENTE



L.T. MARÍA GUADALUPE CASTRO GARCÍA
PROFESORA DE ASIGNATURA

Toluca, México a 24 de octubre de 2013.

**L. EN G. GABRIELA ALEJANDRA AMBROSIO ARZATE
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO
P R E S E N T E**

Por medio de la presente, me permito informar a Usted del dictamen de la **REVISIÓN** del trabajo de tesis titulado **“Elaboración y consumo de la canasta artesanal de Tenancingo, Estado de México, para su comercialización como recurso Turístico Cultural”** de la pasante de la Licenciatura en Turismo **C. Erandy Genoveva Millán Rogel**; de la cual fui designada como revisor.

El dictamen para el trabajo es de **APROBADO SIN COMENTARIOS**.

Sin más por el momento, quedo de Usted.

ATENTAMENTE



**L. EN T. MARIBEL LÓPEZ VELÁZQUEZ
PROFESORA DE ASIGNATURA**

c.c.p. Interesada

Dedicatoria

La realización de ésta gran meta me ha dejado conocer el camino de dedicación y superación de mis expectativas, implementando intereses y conocimientos sobre la carrera que he elegido y sobre la vida misma.

Así que dedico éste proyecto a mi madre, Araceli Millán Rogel, quien me ha enseñado a valorar y tener objetivos que alcanzar, apoyándome en cada paso que he decidido dar, te amo.

Dedico y doy gracias a mis hermanos, Aline y Michel que me han acompañado en muchos instantes de vida, llenándome de emociones y grandes sensaciones, son mis bebés.

A mis dos grandes ejemplos, mis abuelos Jovita y Francisco, quienes impulsaron en mí grandes sueños y me dieron una gran familia con quien compartir momentos, así que les comparto mi éxito, gracias por su impulso.

A muchos seres especiales que han completado mis días en ésta etapa de mi vida, mis amigos de universidad, ¡gracias por estar en mi equipo quinta generación de Turismo!

Y a mi amor, Orlando por confiar en mí y estar a mi lado para hacerme disfrutar los días.

Con todo... Erandy

Resumen

El desarrollo artesanal ha dado como resultado la formación de estructuras y prácticas comerciales, fundamentadas en conocimientos heredados que detentan cultura y tradición, dando procesos y productos para satisfacer necesidades de la población. Esta actividad económica se ha adaptado a las condiciones de mercado, pero requiere de alternativas para conservar e incrementar su producción, lo cual puede ser posible por medio de la práctica turística que reconozca su bagaje cultural.

La elaboración de canasta artesanal en el municipio de Tenancingo expresa una representación cultural y fuente de trabajo pero enfrenta diversos factores que limitan su consumo. En función a lo anterior, el objetivo consistió en analizar el proceso de elaboración y consumo en la canasta artesanal de Tenancingo para su comercialización como recurso turístico cultural. La metodología que se utilizó fue el análisis de cadena productiva para determinar la interrelación de eslabones productivos. Los actores principales en esta cadena fueron los artesanos, relacionados con proveedores de materia prima, comercializadores y consumidores, así como instituciones que intervienen en el proceso de producción. El panorama de la canasta artesanal dentro de la actividad comercial prevé una propuesta para su consumo como recurso turístico cultural que fortalezca la actividad y la valoración.

Abstract

The craft development has given as result the formation of commercial structures and practices, based on knowledge inherited that wield the culture and tradition, giving processes and products to satisfy the needs of the population. This economic activity has adapted to market conditions, but requires alternatives to preserve and increase their production, which may be possible through tourism practice that recognizes their cultural background.

The craft basket elaboration in the municipality of Tenancingo expresses a cultural representation and work source but it faces several factors that limit their consumption. According on above, the objective consisted in analyze the process of elaboration and consumption in the craft basket of Tenancingo to merchandising as a cultural tourism resource. The methodology that had used was the production chain analysis to determine the interrelationship of production links. The main actors in this chain were artisans, related to suppliers of raw material, distributors and consumers, as well as institutions involved in the production process. The panorama of the craft basket inside the commercial activity expected a proposal for its consumption as a cultural tourism resource that strengthen the activity and the valuation.

Agradecimientos

Me enorgullece ser parte de la Universidad Autónoma del Estado de México y haber tenido grandes experiencias y oportunidades dentro del Centro Universitario Tenancingo con la dedicación de mis profesores y profesoras que me brindaron su tiempo y conocimientos a lo largo de mi carrera para completar mi formación académica y personal, haciéndome llevar con compañía de mis compañeros y amigos gratos recuerdos de clases, exposiciones, correcciones, prácticas y juegos que hicieron mis días aún mejor de lo esperado.

Y con la ayuda de esas enseñanzas me fueron guiando para conformar éste proyecto, recibiendo y tomando en cuenta cada opinión para plasmar mis ideas. Agradezco también la oportunidad de la Academia Mexicana de Ciencias al otorgarme un verano de investigación, el cual aproveche para implementar conocimientos en mi proyecto de tesis, llevándolo a cabo en la Universidad de Quintana Roo, Unidad Académica Cozumel con la asesoría del Dr. Alejandro Palafox Muñoz, quien me otorgo tomar clase con el Dr. Alfonso González Damián de métodos cualitativos.

Para la recopilación de información del proyecto agradezco a la Regiduría de turismo de Tenancingo, por la información otorgada sobre el padrón de artesanos; a los artesanos que respondieron mis preguntas y dudas el Sr. Severiano Flores, la Sra. María del Carmen Bernal, el Sr. Francisco Rogel, el Sr. Rubén Tapia, las Sras. Candelaria y Reynalda Castro, la Sra. Albina Suarez, el Sr. Carlos Franco y el Sr. Javier Hernández; y al intermediario el Sr. Francisco Rosales.

Como respaldo a mí trabajo de investigación se encuentra el Dr. Tirzo Castañeda Martínez, como director; y la Dra. Gandhi González Guerrero como asesora, a quienes agradezco su seguimiento y tiempo dedicado para hacerme crecer y aprender en todo éste proceso, dejándome con mucho impulso y satisfacción para seguir en mis días.

ÍNDICE GENERAL

	Página.
1. Introducción.....	1
2. Antecedentes.....	5
2.1 Artesanías Mexicanas a través del tiempo.....	5
2.1.1 El papel de la cestería.....	9
2.1.2 La canasta artesanal.....	11
2.2 La comercialización de las artesanías en México.....	13
2.2.1 Forma de producción.....	15
2.2.2 Organización del trabajo.....	16
2.2.3 Caracterización del mercado.....	17
2.2.4 Canales de distribución.....	18
2.3 Problemática en la producción y comercialización de las artesanías.....	20
2.4 Las artesanías como recurso turístico cultural.....	22
3. Justificación.....	24
4. Planteamiento del problema.....	26
4.1 Pregunta de investigación.....	26
4.2 Hipótesis.....	26
4.3 Objetivos.....	26
4.3.1 Objetivo general.....	26
4.3.2 Objetivos específicos.....	26

5. Metodología.....	27
6. Resultados.....	32
6.1 Bloque Historia: Condiciones sociales y culturales en la elaboración de canasta artesanal.....	32
6.2 Bloque Entorno: Factores que intervienen en el proceso de la canasta artesanal.....	36
6.3 Bloque actores y sus actividades en relación a la canasta artesanal.....	40
6.4 Bloque Relaciones: Formas de organización entre los actores.....	61
6.5 Bloque Mercado: Consumo real y mercado meta.....	71
7. Discusión.....	75
8. Conclusiones.....	77
9. Referencias.....	79
10. Anexos.....	86

ÍNDICE DE CUADROS

	Página.
Cuadro 1. Ramas y sub-ramas de la actividad artesanal.....	8
Cuadro 2. Transacciones de intercambio con dirección social de productor-recolector a transformador-artesano.....	61
Cuadro 3. Intercambio de transformador-recolector a transformador-artesano.....	62
Cuadro 4. Relaciones entre transformadores, recolectores y productores....	63
Cuadro 5. Relaciones de comercializador-artesano con comercializador-intermediario.....	64
Cuadro 6. Relación de comercializador-artesano con mercado-consumidor.....	65
Cuadro 7. Relaciones de comercializadores-intermediarios con mercado y consumidor.....	66
Cuadro 8. Precios por tamaño de canasta artesanal y disposición al pago por valoración cultural.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página.
Figura 1. Cadena productiva en las artesanías.....	18
Figura 2. Fases de análisis en la cadena artesanal por medio de la cadena productiva.....	27
Figura 3. Secuencia de eslabonamientos en la cadena productiva de la canasta artesanal.....	29
Figura 4. Diagrama de la cadena de producción en la canasta artesanal.....	40
Figura 5. Itinerario técnico en la elaboración de la canasta artesanal de Tenancingo.....	54

ÍNDICE DE FOTOS

	Página.
Fotografías 1 y 2. Limpieza de las varas para la canasta artesanal.....	42
Fotografías 3 y 4. Acabado de las varas al limpiarse.....	42
Fotografías 5 y 6. Trozos de raíz de sabino.....	43
Fotografía 7. Método de azufrado de las varas.....	44
Fotografía 8. Momento de secado después de azufrar las varas.....	44
Fotografía 9. Selección de tamaños y tipos de varas.....	45
Fotografía 10. Preparación de las puntas de las varas.....	46
Fotografía 11. Lado interno del tejido de asiento circular.....	47
Fotografía 12. Lado externo del tejido de asiento circular.....	47
Fotografía 13. Lado interno del tejido de asiento ovalado.....	48
Fotografía 14. Lado externo del tejido de asiento ovalado.....	48
Fotografía 15. Conformación del cuerpo de la canasta: los pilares.....	49
Fotografías 16 y 17. Altura de la canasta: las tramas.....	50
Fotografías 18 y 19. Asa o agarradera tradicional de la canasta artesanal.....	51
Fotografías 20 y 21. Estilo reforzado de asa de canasta artesanal.....	51
Fotografía 22. Tipos de olanes en la canasta artesanal.....	52
Fotografías 23 y 24. El olán ancho o petatillo de la canasta artesanal.....	53
Fotografías 25 y 26. Comercialización directa de canasta artesanal.....	55
Fotografía 27. Artesana en la plaza de Tenancingo.....	56
Fotografía 28. Comercialización de artesanías con intermediario.....	57

1. Introducción

La evolución del hombre trae consigo la realización de actividades económicas en donde ha de crear, manejar y aprovechar su entorno para facilitar y mejorar su vida, en este sentido adaptarse a vivir en conjunto significa adaptarse a los cambios establecidos en la naturaleza para desarrollar conocimientos en el manejo de ese entorno natural y así enfrentar diversas condiciones del ambiente (Turok, 1988).

Las organizaciones, el tipo de vida y el lugar de desarrollo de las culturas fueron creando las técnicas de trabajo artesanal, además de las diferentes ramas, herramientas y sabiduría de aplicación en la vida diaria, mostrando las cualidades y actitudes de determinadas personas al elaborar variados objetos con sus manos, resaltando como artistas y artífices de la sociedad (Novelo, 2002).

En tal sentido, los productos artesanales conllevan características distintivas que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa o socialmente (UNESCO, 2009).

Dentro de las ramas artesanales que existen hoy en día, se encuentra el manejo de fibras vegetales, en la cual los artesanos elaboran objetos de diversas plantas y con la aplicación de técnicas de tejido presentan la unidad de lo estético y lo utilitario; llegando a presentar en otros objetos una evidente intención de expresión espiritual a través del dominio técnico y las posibilidades del material que les brinda su entorno con el cual hacer relación e interpretación de sus aconteceres tradicionales (Cermeño, 2008b).

La canasta artesanal proviene del manejo de fibras vegetales, las cuales son trabajadas y tejidas con la destreza, arte y sello propio de sus creadores, los cuales en su mayoría se enfrentan a nuevos gustos y preferencias; requiriendo de inversiones mínimas y en ocasiones de ninguna, pues quienes se dedican a esta actividad utilizan sus propias manos e incluso piedras o eventualmente se auxilian

de herramientas tan sencillas como navajas para seleccionar la materia prima, que en su gran mayoría son raíces, tallos y hojas, representando un ejemplo de persistencia cultural que se ha ido adaptando y mejorando de acuerdo a las condiciones del artesano y del consumidor; ya que con el paso del tiempo la canasta como artesanía se ha mostrado prevalente, con una continua evolución a partir de la apropiación de técnicas, herramientas y diseños, además de los cambios en las propias identidades y relaciones con el mercado, con lo cual se mantienen en sobrevivencia y persistencia en diversas comunidades y localidades del país (Vázquez, en prensa; Rojas et al., 2010).

El sector artesanal es un importante eje de desarrollo socioeconómico, al ser una fuente de trabajo y de ingreso para una parte de la población de zonas rurales y urbanas apartadas de la industria de las grandes ciudades. Si bien es cierto que el área rural tiene la agricultura como eje central de la actividad económica, la producción artesanal ha servido para mejorar sus niveles de vida y en algunos casos gracias a la acertada atención de las demandas del mercado, fomenta la especialización dentro de sus segmentos, constituye una constante fuente de empleo, evitando la migración de la población rural hacia las ciudades, en busca de logros económicos que al ser difícilmente alcanzados, incrementan los problemas de los centros urbanos (Cobos, 2005).

Ha sido precisamente el comercio de las artesanías el que ha ido delimitando el campo de los objetos a promover, formalizando recintos por donde circulan los productos de acuerdo al mercado al que se dirigen, en donde las formas de producir como unidad familiar y el taller atienden su subsistencia a partir de la comercialización directa o con los intermediarios para poder mantenerse activos; haciendo reconocer la necesidad de solventar apoyos especiales para la conservación de tales actividades ya que representan patrimonios culturales y laborales, económicos y de reconocimiento social en la apreciación y creación de objetos de artesanos (Novelo, 1993; citado en Zapata y Suárez, 2007).

El desarrollo de las comunidades artesanales y la permanencia de sus saberes se ven influidos por factores macroeconómicos y ambientales a los que responden y se adaptan con su propio esfuerzo, ingenio, cooperativismo y reciprocidad que les permite garantizar su supervivencia, así como la conservación de su cultura y tradiciones. Como ejemplos tenemos la existencia de pueblos indígenas que se adaptan con flexibilidad y dinamismo en interacción con distintos factores de orden estructural, mostrando que la producción artesanal no está en peligro de extinción, está viva, recreada cotidianamente por sus creadores, influida por su propia cultura y las distintas fuerzas del mercado (Rojas et al., 2010).

Las artesanías mexicanas están concebidas para ocupar una función en la vida cotidiana, hasta hoy en día, prueba de ello son las ollas de barro negro, mesas de marquetería, macetas de barro pintado, los rebozos, chiquihuites, canastas y collares que han permitido se conviertan en un elemento decorativo y de utilidad la cual tiene cierto grado de identificación y tradición que por medio de alternativas y mercados como el turismo se da a conocer y conservar, de manera que se pueden crear beneficios para los artesanos y su entorno, por cotizar los producto en una nueva oferta de consumo (IIFAEM, 2011; SECTUR, 2011).

Para el municipio de Tenancingo, la elaboración y comercialización de las artesanías son actividades que se han desarrollado a través del tiempo y las necesidades del entorno, lo que ha generado participación e historia con las cuales se identifica la población, formando así el mismo camino de prevalencia y satisfacción de necesidades para las personas que convergen al mercado y al tianguis del municipio. Muestra del reconocimiento del trabajo de los artesanos con el paso del tiempo se presenta en la integración a una asociación artística de arte popular desde 1866, con la cual se muestra una diversidad de artesanías relacionada con el desarrollo social, cultural y económico del municipio, al formar parte de la historia del lugar por la participación de varias generaciones en la reproducción de las actividades, donde han fomentando el comercio con la manutención de técnicas que a su vez se convierten en un rasgo de identidad y tradición de la localidad (INAFED, 2010; López, 2001).

Teniendo como objetivo para la canasta artesanal la propuesta de una comercialización como recurso turístico cultural del municipio, se establece su estudio desde su elaboración hasta la venta a través del análisis de cadena productiva, para identificar diversas características y condiciones que incumben en el proceso que tiene la canasta, descritos por medio de bloques en los cuales se profundiza de acuerdo a su tema, siendo Historia, Entorno, Actores, Relaciones y Mercado; obteniendo así un panorama de evaluación para su conformación como recurso turístico cultural, con lo cual la canasta artesanal mejore su presencia y competitividad, porque es un producto apoyado en una estructura y dinámica de un conjunto de personas, acciones y relaciones en las cuales se encuentra una cultural (Heyden y Camacho, 2004).

Una definición sencilla para cadena productiva según Heyden y Camacho (2004) “Es un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productores en un entorno determinado”, en donde a partir de un enfoque pueden interpretarse los elementos del trabajo en el análisis, teniendo una aplicación práctica de herramientas. La guía de análisis de cadena productiva define dos grandes enfoques; equidad y participación; con la incorporación del enfoque de equidad en el análisis permite conocer y visualizar las principales inequidades que se originan entre los diferentes actores y tomarlas en cuenta para lograr corregirlas; y con el enfoque de participación se permite recoger opiniones desde diferentes visiones para verificar las necesidades e intereses legítimas presentadas en los actores y concretar información confiable para mejorar las condiciones del proceso en la cadena productiva.

2. Antecedentes

2.1 La artesanía mexicana a través del tiempo

La artesanía es tan antigua como la humanidad. En el desempeño de las actividades productivas del hombre, la invención de objetos para la protección, almacenamiento y transporte dejan claro que casi todas las técnicas artesanales que se practican hoy en día tienen cientos o miles de años de antigüedad. De esta forma, el tejido a partir de diversas fibras vegetales o animales comenzó con cuerdas o redes, posteriormente con cestos y petates. Inicialmente se utilizaron fibras duras en la agricultura o la cerámica, después fibras blandas a partir de algodón, lino, seda y lana.

En este tenor, la artesanía se desarrolla posterior a la fase sedentaria del hombre configurada a partir de la caza y domesticación de animales, cultivo de plantas, recolección de frutos, así como el descubrimiento de metales. La actividad ha sido practicada desde la constatación de grupos nómadas y semi-nómadas en diferentes partes del mundo. Así lo demuestra el traslado de perecederos en objetos de fibras vegetales que proliferaban en las zonas ribereñas o lacustres (Cermeño, 2008b; Turok, 1988).

La producción de artesanías ha estado en continua evolución, desempeñando un papel estratégico en la supervivencia del hombre. En México, desde la época de los aztecas, los tejedores de petates eran obligados a presentar su producto como tributo al tlatoani, además de que los gremios de artesanos eran alentados para producir y mejorar los diferentes productos. El transcurrir del tiempo conllevó la utilización de ramas para variedad de productos, los cuales fueron cambiando de acuerdo a las necesidades e incluso significaron en ciertos momentos un tributo o moneda, lo que ejemplifica su importancia comercial. Así mismo, la transformación artesanal significó valor agregado, competencia e interacción con el mercado, en función de artesanías creadas con algodón como en el caso de doseles, tapetes, cobertores, manteles, toallas y servilletas (Vázquez, en prensa; IIFAEM, 2011).

Así mismo, la conquista española trajo consigo saqueos, evangelización e intercambio de productos, pero también una aculturación que integró

conocimientos y formas de producción artesanal. El resultado fue la conservación de técnicas y la creación de artículos con la introducción de nuevas materias primas y materiales de trabajo, caso de las herramientas de hierro (martillo, mazo, hacha, pico, cincel, pinza, tijera) que fueron supliendo el uso de materiales rústicos de piedra, madera, obsidiana y pedernal. En esta etapa, la artesanía era ofertada a la población española y mestiza, quienes gobernaban y detentaban el poder, al tiempo que exigían calidad de productos, lo que marcó la nueva tendencia de vida en el México de culturas indígenas (Novelo, 2002).

De esta forma, en la época colonial se mantuvo la dedicación en las artes y oficios que significó comercio y organización artesanal, tal es el caso de la alfarería, telares, metalistería, vidrio soplado, cerería, cartonería, encuadernación, grabado y pirotecnia, que con el paso del tiempo adquirieron relevancia nacional y diferenciaron estilos regionales. Así la producción artesanal comenzó su consolidación en México, conjugando tradición y costumbre en el uso de objetos elaborados a mano, cumpliendo una funcionalidad y relación con una actividad de base agrícola, por tanto, adscrita al ámbito rural, así como a una forma vida (Hernández et al., 2007; De Dios, 2005; Novelo, 2002).

En este sentido, para Turok (1988), la elaboración de artesanías representó la conformación de una industria sin especialización, relacionada con la agricultura y la satisfacción de necesidades de autoconsumo. La posterior individualización de la artesanía no significó su separación de la agricultura, sino su orientación hacia la vida urbana que demandaba estos productos, pagados en especie o en moneda, lo que representaba el comercio y desarrollo mercantil.

En relación, el trueque como sistema comercial también impulsó el comercio de múltiples objetos y productos, valorados en equivalentes oro, plata o dinero, lo que permitió que el productor de artesanías pudiera producir y comercializar de manera directa. La otra variante fue los oficios relacionados con la vida urbana que cubrían servicios y requerimientos de la sociedad agrupada, caso de la herrería, peluquería o sastrería.

En síntesis, las artesanías se han desarrollado como un conjunto de expresiones de cultura popular, pertenecientes a un marco social que satisface necesidades familiares y comunales, constituyendo también un medio de reproducción de objetos utilitarios a partir de la transmisión de conocimientos de generación en generación, a la vez, posibilitando la construcción de una actividad artesanal con identidad. En este marco de acción, el actor principal, el artesano, la mayoría de las veces desempeña un papel de anónimo, pero la creación de diseños expresa una obra con textura y forma que detenta tradición, mitos, ritos, leyendas y lenguajes de entorno (Cermeño, 2008b).

Para 1940, la población agrícola en la cual estaban inmersos los artesanos comenzó con cambios en la forma de producir, auspiciados por la etapa de industrialización, explotación de la tierra de forma comercial, mecanización y por tanto cultivos comerciales. Lo anterior conllevó la pérdida de importancia en el campo, lo que redundó en una búsqueda de empleo en la actividad industrial y la incorporación a la vida urbana, enfrentando a los artesanos a cambios de necesidades y competencias para ofertar sus productos, teniendo que producir más para mejorar su economía familiar (Turok, 1988).

No obstante, la artesanía ha constituido un objeto representativo que esgrime cultura e identidad, trascendiendo en el tiempo al conservar elaboración, sentimiento, habilidad y significación que las hace obras de arte. De esta forma, México es muestra multicultural de artes populares y artesanías, profundamente arraigadas al medio ambiente, recursos naturales, cultura, tradición y representaciones, manifestadas en indumentaria, utilería, simbología, culto o festividades, que se traducen en un universo de formas, colores y texturas para la vida individual y colectiva de las personas (Zapata y Suárez, 2007).

Así, hasta la primera mitad del siglo XX las artesanías mantienen cierto prestigio amparado en la calidad, forma de realizar los trabajos, conocimientos, simbología y resistencia a la mecanización. Para 1960 surge el reconocimiento social, asociado al conocimiento y creatividad, sin embargo, a inicios del presente siglo la producción artesanal enfrenta desprestigio y falta de cohesión en los sectores

productivos, además de carencias formativas en gestión empresarial y diseño, así como dificultades para acceder a fuentes de financiamiento, competencia de mercados y dificultades en la comercialización, con ello la pérdida de importancia de la actividad económica (De Dios, 2005).

La definición que se consideró para la producción artesanal fue la establecida por la UNESCO (2009) “como aquellos 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”.

El fomento de la actividad ha derivado de los propios artesanos e instituciones promotoras nacionales de la actividad artesanal como el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). Esta presente también la inversión privada, caso del Fomento Cultural Banamex, quien apoya en la preservación artesanal a través de concursos, capacitaciones, así como programas de beneficio social y cultural.

Resultado del reconocimiento por FONART hacia las diferentes actividades artesanales, se cuenta con un catalogo de designación de ramas y sub-ramas, sustentada en una clasificación de base etnográfica, económica, cultural, ecológica y turística (Cuadro 1).

Cuadro 1. Ramas y sub-ramas de la actividad artesanal.

Rama Artesanal	Sub-rama
I. Alfarería o cerámica	<ul style="list-style-type: none"> • Al natural • Esmaltado • Alta Temperatura • Negro
II. Lapidaria y Cantería	<ul style="list-style-type: none"> • Bruñido • Mayólica o Talavera • Policromado • Decorado con engobes
III. Instrumentos musicales	<ul style="list-style-type: none"> • Labrada • Tallada
IV. Mobiliario	<ul style="list-style-type: none"> • Laudería • Aliento • Percusión
V. Cerería	<ul style="list-style-type: none"> • Tallado • Armado
VI. Joyería	<ul style="list-style-type: none"> • Tejido • Forjado
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelada • Metales preciosos • Materiales naturales

Continuación del Cuadro 1.

Rama Artesanal		Sub-rama
VII.	Orfebrería	• Labrada en oro, plata y otros metales preciosos o aleaciones de ellos
VIII.	Talabartería y Marroquinería	• Charrería • Utilitaria • Huarachería
IX.	Textiles	• Telar de cintura • Telar de Horcón • Telar vertical de doble liso
X.	Vidriería	• Vidrio soplado • Vidrio prensado
XI.	Papel y Cartón	• Vidrio estirado • Vidrio azogado
XII.	Maque y Laca	• Cartonería Popular • Papel picado • Papel amate
XIII.	Metalistería	• Dorada (a pincel) • Punteada • Decorada con oro o plata de hoja • Fondeada
XIV.	Tejido de fibras vegetales duras y semiduras	• Martillada • Forjada • Fundida
XV.	Pirotecnia	• Cestería • Sombrería • Redes
XVI.	Plástica Popular	• Esteras • Jarciería • Totomoxtle
XVII.	Juguetería	• Castillos • Toritos • Cuetes
XVIII.	Miniatura	• Plumaria • Semillas • Escultura popular • Imaginería • Talla en materiales duros y semiduros • Chaquira
XIX.	Dulcería Tradicional	• Popotería • Pintura popular • Grabado
		De todos los materiales y técnicas
		De todos los materiales y técnicas
		• Pepita • Azúcar • Pan • Maíz

Fuente: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, 2011.

2.1.1 El papel de la cestería

La prevalencia de la cestería se sustenta principalmente en la base indígena, la utilización de materiales que predominan en su entorno y el uso tradicional que se le confiere. Fundamentalmente es un producto utilizado como empaque, pero también de almacén, lugar de dormir, pared, baño, contenedor de líquidos, instrumento de cocina, objeto de decoración o juguete. El origen es prehispánico,

así lo demuestran productos encontrados en los mercados con el nombre de chiquihuite, sacabunes, petlacalis, mecapales, tompeates, petates, tenates, ixcacles o soyates. En tanto, la influencia hispana se refleja en la canasta, cestos, sombreros, pizcadores y objetos de devoción que demuestran la historia artesanal (FONART, 2010).

Dentro de las principales regiones productoras de cestos se encuentra la mixteca (Guerrero, Oaxaca y Puebla), que trabajan principalmente con palma. Los estados de Quintana Roo, Tabasco y Veracruz se enfocan en el tejido a base de bejuco, mientras que en la zona lacustre de Michoacán predomina el tejido de chuspata, una variedad de tule de los purépechas. En su elaboración se dispone de otras variedades de tule como la espadilla, así como diferentes materiales de árboles y plantas como romerillo, zazal, sauce y mimbre utilizados sobre todo en el Estado de México, Querétaro, Tlaxcala e Hidalgo y en menor medida en Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila, Zacatecas, San Luis Potosí y Chihuahua (Cortés y Rodríguez, 1999).

El Estado de México también presenta una regionalización en la producción de cestos, destacando los municipios de Jiquipilco, Temascalcingo, Tenancingo, Zumpahuacán y Toluca. En este último municipio, la cestería se lleva a cabo en las delegaciones de San Andrés Cuexcontitlán y San Cristóbal Huichochitlán, con productos como los tortilleros, bolsas, manteles, chiquihutes, mecalapes, canastas, cestos y morrales (IIFAEM, 2011).

La producción de esta artesanía depende de la utilización de fibras vegetales que el productor ha tratado y moldeado, siendo el trabajo manual la principal característica (IIFAEM, 2011). La utilización de materias primas es diversa, caso de la palma, ramas u hojas de sauce, pero también conlleva un saber-hacer específico, por ejemplo, la utilización de varas como el sotol requiere de limpieza y de tallos verdes, el bejuco debe hervirse y en otros casos, la materia prima debe someterse a limpieza para eliminar la corteza o simplemente dejar secar, pero esto implica tiempo y proceso.

La tonalidad de la materia prima también implica un trabajo previo; por ejemplo, la coloración café del pino se logra secando la fibra y después rehidratándola. El color negro se consigue hirviéndola y el blanco con baños de vapor de azufre. La coloración de diferentes tonalidades se consigue con la utilización de tintes naturales hechos con flores, cortezas, hojas y líquenes. Los productos son cestos de carrizo rojo o negro que tejen los nahuas de la huasteca hidalguense; cestos de los Seris de Sonora hechas con torote de color negro, amarillo, rojo y café; petates de las mujeres mayas en Campeche; y el teñido de la fibra de henequén con las mujeres mayas en Yucatán.

No obstante, como varias artesanías, la cestería enfrenta el reto de la comercialización, promoción, consumo y marginación del mercado industrial, donde se sustituyen los productos por aquellos fabricados en serie, con menores precios (FONART, 2010). La ventaja que se debe aprovechar es el posible reconocimiento que pueden tener los productos que evidencian creatividad, formas y dibujos donde se puede apreciar una cosmovisión específica del artesano.

2.1.2 La canasta artesanal

La canasta artesanal representa un producto de empaque que ha perdurado a través del tiempo, designada dentro de la rama artesanal de fibras vegetales y de producción difundida en distintas regiones de México. Si bien requiere de mínimas inversiones y utilización de herramientas sencillas (cuchillos o navajas), su elaboración precisa de conocimientos, así como de selección y tratado de materiales (FONART, 2010).

Los conocimientos en su elaboración se han transmitido de una generación a otra, mientras que su permanencia se sustenta en la utilización de materias primas como las fibras duras y semiduras, presentación de diferentes diseños, diversidad de piezas, así como un saber-hacer en la trama y urdimbre para trascender hacia los estilos o tipos de tejido (García, 2013).

La transmisión de conocimiento desempeña un papel fundamental en esta artesanía. Los hijos imitan el trabajo, al inicio como un juego donde realizan sus primeros ensayos en el oficio, posteriormente con la adquisición de experiencia y juventud imprimen destreza, apoyados en todo momento por los mayores. Aunque hombres como mujeres comparten el mismo conocimiento técnico, la función para cada uno es diferente por la fuerza o dificultad de realización. Al final, ambos logran una variedad de productos, confirmando el testimonio material de un pasado capaz de asumir retos actuales sin perder su naturaleza, dando como resultado una riqueza de creaciones y el aporte de los artífices de cultura, puesto que están involucrados múltiples significados en relación a su reproducción (Rebolledo, 1992).

Dentro de las de fibras duras se encuentra el carrizo, otate, bejuco, sauce, zazal y varas silvestres que crecen en las orillas de los ríos llamadas jarillas. Las fibras semiduras corresponden al torote, chuspata y romerillo, así como algunos otros materiales como son la vara de sauce blanco o rojo, tlalixtacote y la raíz de sabino. La problemática que se enfrenta es la escases de materiales y su recolección, ante lo cual se tiene que recurrir a zonas más alejadas o a la compra de materiales (IIFAEM, 2011; Vázquez, en prensa).

La canasta artesanal es por tanto un producto con cultura material e inmaterial, con fines de utilidad, elaborada en diferentes regiones, pero diferenciada por la creatividad del artesano que confiere formas, decoraciones, acabados y soluciones técnicas. Se asume también como producto elaborado con materiales renovables, que no perjudica al ambiente, además de representar una manufacturación única de calidad, con funcionalidad en la vida cotidiana y con posibilidades de trascender en otros tipos de mercado como el turísticos, donde se le puede conferir plusvalía a su función utilitaria y valor estético (FONART, 2010; Rojas et al., 2010).

La utilización de la canasta conlleva características socioculturales, sea como obsequio donde se coloca el mole, aguardiente, cigarros y tamales, preservando tradiciones y costumbres o representado una cultura material que forma parte esencial de las actividades domésticas, económicas y de subsistencia de la población (Gobierno del Estado de Hidalgo, 2013).

2.2 La comercialización de las artesanías en México

La producción artesanal representa una actividad importante como principal fuente de ingresos o como segunda opción, sin embargo, no escapa al reto de competencia en los mercados o los modos de comercio (Hernández et al., 2002; Vázquez, en prensa).

La comercialización de artesanías en México se constata desde la primera exposición de artes populares en 1920. Posteriormente surgieron instituciones relacionadas como el Departamento Autónomo de Asuntos Indígenas en 1936 (ahora Instituto Nacional Indigenista), mismo que en 1951, junto con el Instituto Nacional de Antropología e Historia conformó el Patronato de las Artes e Industrias Populares (SE, 2012).

Para 1955, el Banco Nacional de Comercio Exterior realizó los primeros estudios socioeconómicos a los artesanos para iniciar la asistencia económica y fomentar las exportaciones de sus productos. En el mismo sentido, en 1961 se creó el Fondo para el Fomento de las Artesanías con lo cual los artesanos accedieron a la asistencia crediticia, técnico-artística y de comercialización (SE, 2012).

De igual forma, en 1970 se creó la Dirección General de Arte Popular dependiente de la Secretaría de Educación Pública (SEP) con la finalidad de apoyar las labores de producción y comercialización. La Secretaría de Economía (SE) también participó y apoyó con el Programa Nacional de Artesanías, con una visión de negocio creciente en micro y pequeñas empresas, así como contribuir con los medios y acciones para su fortalecimiento (SE, 2012).

De acuerdo con datos del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), en 2001 el país contaba con 2,8 millones de artesanos de tiempo completo. Se agregan 4 millones de artesanos de tiempo parcial, destinando seis horas por día, 13 semanas del año y empleando cerca del 25.0% de su tiempo. Para el apoyo se contó con un presupuesto de 2 millones de dólares, con énfasis en la comercialización de los productos en diversos lugares y en la regulación de precios para favorecer los ingresos de las familias artesanas (Bouchart, 2004).

En relación a lo anterior, el aumento de productores en la actividad artesanal se atribuye al escaso crecimiento de empleos formales en el país y la crisis del sector agropecuario que ha enfrentado la disminución de precios de los productos agrícolas, importación de productos y deterioro de tierras (Sánchez, 1996, citado en Rojas et al., 2010).

En tal sentido, la opción que representan mercados como el turístico para la comercialización de las artesanías se basa en el aprecio, gusto y valoración de las expresiones de arte popular que conjugan estética y cultura; un ejemplo es la producción de alebrijes tallados en madera en Oaxaca, que representa a la vez una variante en artesanías puesto que tradicionalmente se han fabricado máscaras rituales, herramientas domésticas y agrícolas.

Los beneficios se expanden si se considera que el turismo representa la posibilidad de comercializar en nuevos nichos de mercado o que se puede favorecer la afluencia a las zonas productoras donde se puede valorar la artesanía más allá del uso cotidiano (Rojas et al., 2010; Turok, 1988).

De esta forma, el artesano se adapta a las condiciones que le impone el mercado y para ello introduce cambios en las materias primas, diseño, forma y uso de las artesanías, en aras de ser competitivos. Aunado a lo anterior, tendrán que seguir resolviendo necesidades inmediatas y coexistir en el mercado con productos industriales, precios y preferencias de los consumidores (Turok, 1988).

La actividad artesanal se asume como eje de desarrollo socioeconómico, fuente de trabajo e ingresos, con especialización y capacidad para atender las demandas de mercado (Cobos, 2005). Lo anterior por el amplio reconocimiento y valoración internacional en países como España, Canadá, Estados Unidos, Colombia, Alemania, Italia y Australia, con productos de plata, oro, ónix, pewter, barro, cerámica, madera, fibras naturales, cuadros prehispánicos y telas bordadas a mano (ProMéxico, 2010).

2.2.1 Forma de producción

La palabra artesanía está ligada a la forma de producción de determinados artefactos, generalmente elaborados manualmente, destinados a un uso concreto y con significación cultural. Las propiedades de los objetos son formales, estéticas y simbólicas, en cuya fabricación se conjugan materiales, naturaleza, patrimonio y técnicas (De Dios, 2005; Bouchart, 2004).

La adquisición del conocimiento para la producción artesanal en su mayoría es empírica, basada en la reiteración y observación de la práctica cotidiana. La transmisión es oral y visual, a la vez constituye la base del proceso de aprendizaje. El carácter artístico puede estar presente desde el instante mismo en que se concibe la idea de una pieza y el valor económico lo adquiere por la creación, en contraste con la uniformidad y repetición de los objetos fabricados a máquina (Cermeño, 2008b).

Lo artesanal es por tanto producto de la actividad preponderantemente manual, con sello individual, arraigado en las tradiciones y cultura, producido artísticamente con la ayuda de herramientas simples, operando en la transformación de materias naturales para la satisfacción de necesidades individuales, domésticas y sociales. Si bien al principio de la producción los fines eran utilitarios, hoy día se busca producir objetos estéticamente agradables para una sociedad inmersa en la mecanización y uniformidad, con artesanías que detentan detalles y sentidos (Cermeño, 2008b).

Así, el artesano realiza trabajos en los cuales transmite su concepción del mundo, en una actividad como medio recreativo o expresivo de su entorno y de su cultura, pero que en ocasiones la remuneración monetaria no corresponde al trabajo invertido, aunado a un mercado inestable y en ocasiones desvalorizado (Cardini, 2005).

2.2.2 Organización del trabajo artesanal

La estructura de organización para lograr la máxima eficiencia en las empresas establece las relaciones que deben existir entre funciones, niveles y actividades. En la fabricación artesanal esta relación se traduce en las decisiones del artesano quien de acuerdo a su producción establece los medios de elaboración. De tal forma que el tipo de empresa influye en el canal de comercialización, su extensión y funcionamiento (Hernández et al., 2002).

De esta manera, las formas de producción en el sector artesanal se han adaptado a las necesidades de elaboración y consumo. La producción artesanal se lleva a cabo dentro del grupo familiar, con un proceso de transmisión de habilidades, técnicas y estilos, donde la principal herramienta es la imaginación y habilidad manual. Eventualmente, la artesanía constituye un recurso potencial de ingreso económico con el cual se busca mejorar las condiciones de vida, pero siempre están inmersas relaciones complejas entre la fabricación y la comercialización (Cardini, 2005; IIFAEM, 2011).

La designación de trabajos al interior de la familia hace que la mujer sea la de mayor participación en el proceso de elaboración artesanal, puesto que el hombre destina más tiempo al trabajo de campo o en actividades fuera de la comunidad. Aunque el hombre participa en distintas fases de elaboración, su destreza se muestra en el manejo de herramientas punzo-cortantes, trabajos de tallado y en la fabricación de objetos grandes. El aprendizaje de habilidades y capacidades es transmitido a los hijos, quienes obtienen destrezas de acuerdo a las tareas asignadas, las cuales son designadas por género (Rojas et al., 2010).

La ventaja para los artesanos en su actividad es el trabajo en un taller propio donde se desempeña y dirige su quehacer diario. Al mismo tiempo, la venta de los productos les permite hacer expectativas de producción o comercialización, integrando una base de relaciones y actividades para renovarse, invertir e implementar instrumentos para agilizar los procesos de fabricación. La división de trabajo es familiar, así como el aprendizaje y capacitación. El artesano se encarga a la vez de coordinar el taller, explorar nuevos mercados y clientes, comercializar y relacionarse con otros artesanos (Hernández et al., 2002; Cobos, 2005).

Las relaciones y actividad comercial permiten al artesano configurar un tipo de organización de manufacturación, con división del trabajo y especialización, correspondiente a necesidades de productividad, volumen de producción y mercado (Hernández et al., 2002).

2.2.3 Caracterización del mercado

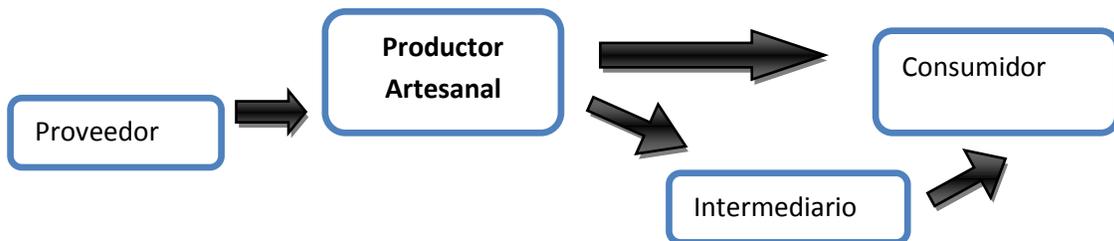
Los productos artesanales se pueden clasificar por los contextos de consumo, por ejemplo el popular, campesino, de artesanías típicas, tradicionales, indígenas o el dirigido al turismo. Por otro lado, existe una amplia gama de productos de alfarería, zapatería, sastrería, carpintería o herrería que no necesariamente se asocian a un circuito turístico o al comercio cultural, sino más bien son objetos de consumo local, pero establecen una frontera flexible y permeable entre ambos tipos de consumo (Novelo, 2004, citado en Cardini, 2005).

La adecuación de las artesanías a un tipo de mercado se realizan en la medida que las circunstancias propician cambios y entonces los artesanos adaptan e implementan en sus productos diseños, colores y tamaños, para obtener de los consumidores el interés utilitario u ornamental, que ha conferido en determinados casos mayor valoración. Hoy en día conviven productos tradicionales y en serie en el mercado, pero no se puede pronosticar cuál de las dos formas persistirá, si alguna se impondrá a la otra o si las dos convivirán indefinidamente (Rojas et al., 2010).

2.2.4 Canales de distribución

Los canales de distribución confieren fluidez a los productos e incorporan propiedad, comunicación, financiamiento y pago, no obstante riesgos que los acompañan. En esencia cumplen funciones básicas de transacción, información, logística, facilitación y promoción; dependientes de la relación con el tipo de organización. En el caso que nos ocupa, la actitud emprendedora del artesano hace la diferencia en los canales de distribución, pero la forma generalizada de comercialización radica en la transacción directa de sus productos y algunas veces con intermediarios por la apertura de mercados en ciertos momentos (Hernández et al., 2002).

Figura 1. Cadena productiva en las artesanías.



Fuente: Elaboración propia.

El consumo de los productos depende del tipo de demanda y del conocimiento del comprador. La compra, frecuentemente es de manera directa, los precios son variados y la venta se realiza en plazas o mercados locales, donde el producto es reconocido como objeto de distinción y tradición. El tamaño de mercado es local, auspiciado por los mismos pobladores quienes reconocen las artesanías como objeto de uso particular y por ende su compra suele ser para cumplir cierta necesidad de cotidianeidad (Valencia, 2005).

La mayoría de artesanos llevan a cabo la comercialización de sus productos, no obstante esta la presencia del intermediario, un actor social que desempeña un papel importante como proveedor, facilitador, representante y promotor, ampliando el mercado. Los intermediarios pueden ser comercializadores, agentes minoristas o mayoristas, así como instituciones locales, estatales y federales, e incluso

organismos internacionales que participan en el fomento y financiamiento de las artesanías (Cermeño, 2009).

Un ejemplo de intermediario Federal lo constituye el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), el cual contribuye con la adquisición de artesanías y apoyos a la comercialización, así como concursos de arte popular, exposiciones o ferias, con el propósito de aperturar mercados y atender zonas prioritarias, las cuales se encuentran en situación de pobreza patrimonial (FONART, 2010).

Así mismo, la Dirección General de Culturas Populares (DGCP) del Consejo Nacional para la Cultura y la Artes (CONACULTA), a través de la coordinación del Programa Nacional de Arte Popular organiza y realiza ferias artesanales. El objetivo es la promoción y venta de productos de grupos asociados, exposiciones de las diferentes ramas artesanales y difusión en los diferentes estados de la República (CONACULTA, 2013).

La DGCP cuenta también con espacios de promoción cultural como el Museo Nacional de Culturas Populares y el Centro de Información y Documentación Alberto Beltrán en el Distrito Federal, así como 20 unidades regionales de Cultura Popular, ubicados en los estados de Baja California, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guerrero, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca (3), Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sonora, Veracruz (3) y Yucatán (CONACULTA, 2013).

La inversión privada deriva de fundaciones como Banamex y Fomento Cultural Banamex quien a través del reforzamiento de identificación cultural con las artesanías, promueve y gestiona ferias o exposiciones para dar a conocer los productos. Dentro de las actividades también desarrolla proyectos de talleres artesanales, capacitaciones, catálogos, embalaje, presentación y comercialización, reforzando los valores de orgullo y pertenencia, acciones educativas, impulso del potencial turístico y publicaciones de referencia (Fomento Cultural Banamex, 2013).

En relación a lo anterior, cada estado cuenta con organismos e instituciones de apoyo y fomento a las artesanías. En el Estado de México, la Secretaría de Turismo dispone del Instituto de Investigación y Fomento a las Artesanías del Estado de México (IIFAEM), a cargo de promover la participación en ferias y exposiciones de carácter local y regional que incrementen las expectativas del mercado donde la actividad sea rentable para los productores (IIFAEM, 2011).

A través de IIFAEM también se cuenta con cinco tiendas CASART (Casa de las Artesanías), de las cuales tres se ubican en Toluca, otra en Huixquilucan y una más en Valle de Bravo. Además, el Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) comercializa diferentes artesanías de las 17 ramas que contempla el instituto, llegando a tener en exhibición cerca de 5.000 artesanías producidas por más de 500 artesanos, puestas a disposición del público de manera permanente (IIFAEM, 2011).

En la comercialización de las artesanías, el volumen de producción y los estándares de calidad significan un reto para mantenerse vigentes en el mercado, lo que genera que el productor se preocupe más por los canales de distribución que por el producto. Los canales de comercialización son importantes por la cantidad de servicios que proporcionan al artesano y que no están a su alcance, caso del transporte, selección de mercados, empaque y tipo de productos demandados, con lo cual hace frente al crecimiento y competencia (Hernández, Domínguez y Ramos, 2001).

2.3 Problemática en la producción y comercialización de las artesanías

La producción de artesanías en México se encuentra principalmente en grupos campesinos e indígenas; pertenecientes a los grupos de población del país que se dedican al campo y viven en situación de pobreza, ante lo cual, la elaboración de artesanías representa un oficio o alternativa económica, que en esencia soluciona necesidades inmediatas, cuando debería también auspiciar las de orden cultural, social y de género. Sin embargo, la producción está sujeta a presiones exteriores

de grupos dominantes que explotan, vetan y excluyen (Rojas et al., 2010; Zapata y Suárez, 2007).

El proceso de transformar un producto natural en uno artesanal es parte de la magia del hombre, técnicas, creatividad e ingenio, que al paso del tiempo confieren sentimientos de pertenencia e identificación cultural. Sin embargo, se enfrentan problemas de difusión, valoración y consumo, sobre todo por los cambios en gustos, preferencias y necesidades de las generaciones, cuando no la falta de materiales por los cambios climáticos, costos de los mismos, usos de suelo y aumento de población (Vázquez, en prensa).

Respecto a la producción de artesanías, al estar concebidas como objetos de autoconsumo, no se han implementando reglas para un producto rentable, los precios son bajos en comparación al trabajo realizado, la comercialización es local, además tiempo y costos no se dimensionan del todo para establecer el precio de los productos. Aunado a lo anterior, la manufacturación depende de materia prima natural, ocasionando desequilibrios ecológicos, pérdida biológica y daño al medio ambiente (FONART, 2009).

La comercialización de artesanías se sustenta en el conocimiento popular, con esfuerzos para distribuir el producto y competir en el mercado, lo que en ocasiones genera más gastos que la capacidad del productor para producir (Hernández et al., 2002).

La dificultad en la comercialización de los productos artesanales se traduce en impedimentos para fabricar mayor cantidad y los precios en ocasiones solo permiten recuperar la inversión. Además de la ubicación geográfica y por ende los canales de comercialización dificultan la consecución de diferentes mercados, por lo tanto se tiene que recurrir a los intermediarios que compran a precios bajos y obtienen ganancias con la reventa sin los riesgos de la actividad, esto a su vez limita la distribución de valor en la cadena productiva (Valencia, 2005; FONART, 2009).

Por otro lado, la falta de información y alianzas entre artesanos representan obstáculos en la gestión de apoyos gubernamentales y privados que permitan desarrollar acciones conjuntas para posicionar las artesanías en distintos mercados y obtener una remuneración acorde al conocimiento y trabajo realizado (Valencia, 2005).

El artesano debe entonces sortear diversas limitantes para la continuación de su trabajo y generar ingresos, en caso contrario se ve en la necesidad de dedicarse a actividades más rentables o complementarias (FONART, 2009).

2.4 Las artesanías como recurso turístico cultural

La práctica turística es diversa e incluye distintas modalidades como la natural, negocios o cultural (Ramírez, 2002). Ésta última vertiente se define como “*Aquel viaje turístico que realizan las personas con motivo de conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos espirituales, materiales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico*” (SECTUR, 2002), tal es el caso del folklore, gastronomía, tradiciones, costumbres y artesanías.

El mismo Plan Sectorial de Turismo (2007-2012) enmarca a las expresiones culturales como medios de acción para la restructuración económica del país, basándose en la revaloración de los diferentes espacios, productos y simbolismos que existen, en el entendido de mejorar la calidad de vida de las personas que detentan tal cultura. Las posibilidades se amplían si se considera que las diferentes expresiones culturales son representaciones palpables de formas de vida y un referente para el desplazamiento de personas.

La cultura se representa en objetos de arte popular y puede constituir parte del consumo turístico de ornamentación, generador de ganancias y un reproductor de identidades. Ante lo anterior, las artesanías como posible recurso turístico representan un área que puede ser aprovechada para la obtención de beneficios económicos, sociales, culturales y políticos, así como de oportunidades de trabajo.

En suma, el mejoramiento de las condiciones de vida, promoción y valoración de la cultura popular por medio de la oferta turística, creación de servicios y destinos competitivos (Cermeño, 2008b; Anaya, 2005; SECTUR, 2011).

En la relación turismo-cultura se reconocen las aportaciones de uno a otro, se trata de capitalizar los efectos positivos y generar sinergias para el desarrollo de ambos elementos, si se toma en cuenta que todo desplazamiento turístico de alguna forma busca la interacción cultural y sin cultura no se explica el turismo (Cestur, 2012).

De acuerdo a la Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo (2013), la práctica turística es un medio para conocer y apreciar costumbres, tradiciones, lenguas, artes escénicas, festividades, rituales, creencias, danzas, música y expresiones culturales que pueden dinamizar el patrimonio y divulgación de la cultura, es decir, se trata de conservar el patrimonio cultural que se crea y recrea cotidianamente.

3. Justificación

La comercialización de productos artesanales en el municipio de Tenancingo es diversa y solventa necesidades de alimentación, vestimenta o empleo, contribuyendo a la actividad económica municipal y regional, puesto que están implicadas otras localidades como Malinalco, Zumpahuacán, Villa Guerrero, Ixtapan de la Sal, Tonalco, Tenango del Valle, Toluca, Ocuilán y estados colindantes como Guerrero y Morelos.

Los productos artesanales en Tenancingo derivan de diversas ramas, como la textil con los rebozos; la herrería artística y madera para hacer muebles, además de sillas tejidas con palma; panadería, confitería, cerería, orfebrería, joyería, metalistería, alfarería, cerámica y fibras vegetales en donde entra la elaboración de canastas; todos representando la participación cultural de una población que se distribuye en las comunidades de Acatzingo, San Nicolás, Chalchihuapan, San Juan Tetitlán, San Martín Coapaxtongo, Ixpuichiapan, Pueblo Nuevo, San José Chalmita, Tierra Blanca y San Miguel Tecomatlán. De esta participación se reportan un total de 571 artesanos reconocidos por el Estado de México (Regiduría de Turismo, 2009-2012).

Dentro de este bagaje de artesanías en el municipio de Tenancingo, la elaboración de la canasta artesanal se encuentra vinculada a relaciones sociales y comerciales. Socialmente se involucran valores culturales y la transmisión de conocimientos, sustentando la participación social y comercial en la satisfacción de necesidades del consumidor. Desde la perspectiva del artesano, la obtención de ingresos y la participación en la actividad económica del municipio justifican su elaboración; en suma, una identificación cultural y patrimonial que se ha creado a través del tiempo, así como beneficios económicos (García, 2007).

Por lo anterior, la realización de un análisis de la elaboración y venta de la canasta artesanal en el municipio de Tenancingo se hace necesaria para conocer los cambios y riesgos que enfrenta como actividad económica, por ser representar un trabajo para los artesanos; y como actividad cultural, por la transmisión y reproducción de conocimientos heredados en su elaboración.

Denotando que como producto artesanal popular no cuenta con la promoción y comercialización con la cual pueda mantenerse y diversificarse en el mercado, dado que la preferencia de los consumidores modifica las condiciones de consumo, por lo que se debe tomar en cuenta alternativas de diversificación del uso de la canasta, la variedad de productos, así como la inserción en nuevos mercados, entre ellos el turístico, donde se satisfagan nuevas necesidades, incluyendo las de reconocimiento cultural, puesto que la canasta artesanal representa más que un producto en el mercado, son expresiones de vida conservadas a través del tiempo y las necesidades, y de acuerdo a las condiciones de vida actual pueden insertarse en satisfacer gustos, aprovechando la difusión-comunicación para valorizar y promocionar la actividad en beneficio de las personas que las fabrican.

Mantener la continuidad de la canasta artesanal en el mercado es un deber, dadas las posibilidades de empleo, lo que puede sustentarse en la participación de un mercado turístico, atendiendo a las nuevas necesidades de consumo y recreación, donde también se lleve a cabo la valoración del patrimonio artesanal que representan.

El análisis del panorama de la canasta artesanal, prevé la propuesta de alternativas de comercialización, ya que de acuerdo a los conocimientos y objetivos de los artesanos, se pueden concretar acciones encaminadas a satisfacer las necesidades de consumidores, en donde la participación y valoración de la actividad artesanal desde la misma localidad contribuyan a mantener y fortalecer el movimiento económico del municipio.

El crear nuevas alternativas para comercializar la canasta artesanal provee también continuidad a la transmisión de cultura y conocimientos de la población. Es así como la existencia de tales objetos artesanales puede retomarse para capturar la atención de nuevos consumidores en distintos ámbitos, atendiendo la variación de necesidades y condiciones de mercado, además del conocimiento de las técnicas, tradición y el lugar de producción (Vázquez, en prensa).

4. Planteamiento del problema

El desconocimiento de las características de elaboración y venta de la canasta artesanal impide la búsqueda de alternativas de comercialización que contribuyan a un mayor consumo. En este sentido, el análisis representa un punto de partida para su posible consumo por el turismo, como producto cultural, vía nuevos usos, caso del conocimiento, recreación o uso de ornato.

4.1 Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las posibilidades y en qué condiciones podría comercializarse la canasta artesanal como recurso turístico?

4.2 Hipótesis

La comercialización de la canasta artesanal al turismo posibilita el rescate sociocultural y su valoración artesanal, al mismo tiempo puede proveer un valor agregado al producto, en el entendido de satisfacer nuevas necesidades, así como motivaciones de conocimiento, recreación y consumo.

4.3 Objetivos

4.3.1 Objetivo general

Analizar el proceso de elaboración y consumo en la canasta artesanal de Tenancingo para su comercialización como recurso turístico cultural.

4.3.2 Objetivos específicos

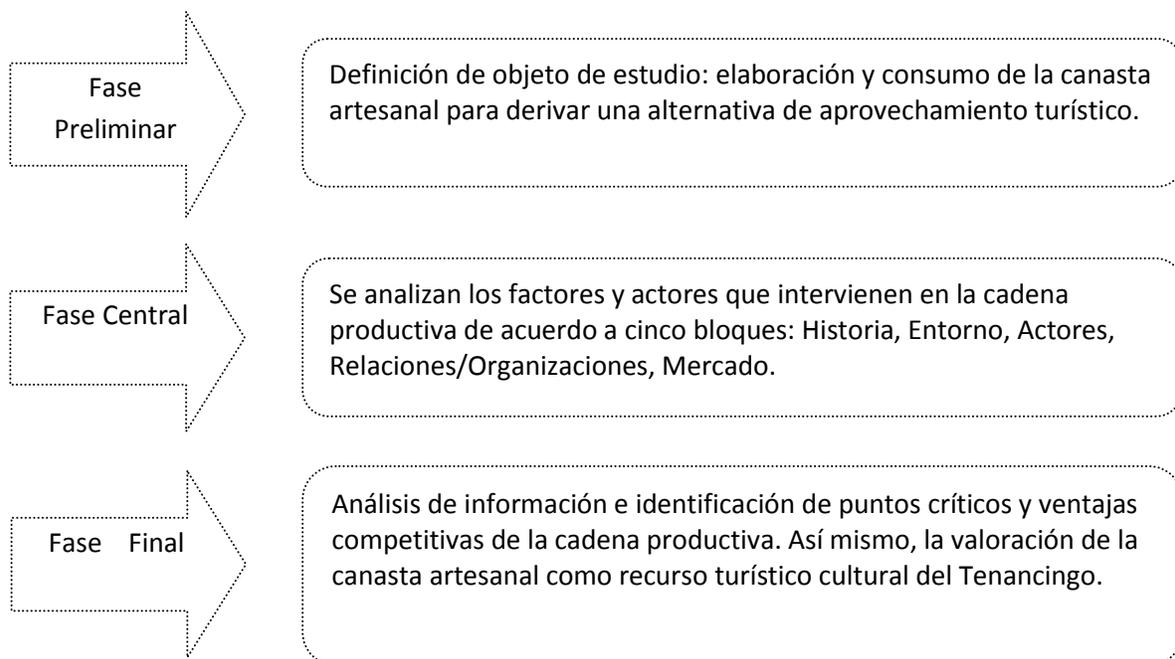
- 1.- Documentar y analizar el proceso de elaboración de la canasta artesanal.
- 2.- Examinar la demanda de la canasta artesanal de Tenancingo.
- 3.- Analizar el potencial de inserción de la canasta artesanal para un mercado turístico local.

5. Metodología

La elaboración y consumo de la canasta artesanal en Tenancingo conlleva un proceso comercial donde interactúan diversos actores. El análisis de sus componentes puede llevarse a cabo por medio de la cadena productiva que proporciona una visión complementaria de necesidades y condiciones de fabricación y consumo, con ello determinar posibilidades de aprovechamiento turístico.

A partir de lo anterior, se utilizó el enfoque de cadenas productivas (Figura 2) propuesto por Heyden y Camacho (2004), con énfasis en la equidad cultural puesto que en la elaboración de la canasta artesanal la cultura sustenta el quehacer diario de los artesanos y la población que consume el producto. Así mismo, se utilizó el enfoque de participación con lo cual se recabó la opinión de los productores.

Figura 2. Fases de análisis en la canasta artesanal por medio de la cadena productiva.



Fuente: Heyden y Camacho, 2004.

La descripción de la fase preliminar se delimitó con el planteamiento del problema de estudio, en torno a la elaboración y consumo de la canasta artesanal, así como su posible comercialización como recurso turístico cultural.

En la fase central se clasificó la información de la cadena productiva de la canasta artesanal (Figura 3) y se realizó la documentación del proceso de elaboración, a partir de la relación con diversos bloques. La recolección de información se llevó a cabo con seis entrevistas semi-estructuradas con artesanos de experiencia considerados como informantes clave, a partir de lo cual se recopiló datos, se sistematizó y ordenó la guía de tópicos (Heyden y Camacho, 2004).

Los tópicos a seguir consistieron en las condiciones sociales y culturales de los artesanos productores de canasta artesanal, con los cuales se solventó el bloque historia que manifestó la manera en que se ha realizado la actividad artesanal a través del tiempo. La información se complementó con investigación documental de los antecedentes de la actividad cestería dentro del municipio.

En el bloque entorno se buscó analizar los factores políticos, económicos, sociales, ambientales, legales y culturales que enfrenta el artesano y que afectan positiva o negativamente el accionar de la cadena productiva, tanto a nivel local como regional, nacional o internacional. Lo anterior se relacionó con el bloque actores, quienes participan directamente en las diferentes fases de la cadena productiva.

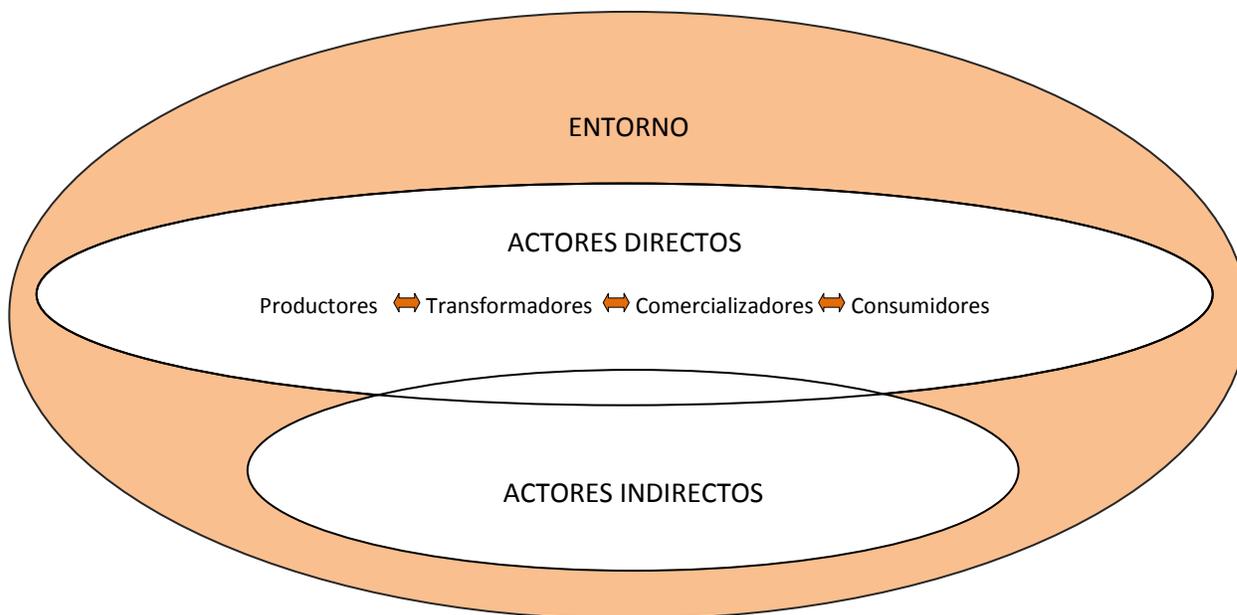
En el bloque actores se identificaron los eslabones productivos que conforman la cadena productiva, descritos con la información que proporcionaron los artesanos, estableciendo actores directos e indirectos, además de las características, intereses y niveles de incidencia en el proceso.

El interés sobre los actores directos recayó en aspectos de número, perfil socioeconómico, actividades y funciones en la cadena productiva, motivación y objetivos para realizar su actividad productiva, importancia de la misma, disponibilidad y uso de recursos humanos (mano de obra familiar o externa), acceso a información, percepción y manejo de riesgos.

Se consideró que los artesanos tienen injerencia en todos los eslabones productivos, por tanto en el eslabón de consumidores se realizó una evaluación de mercado considerando el punto de vista de los artesanos, con lo cual se logró obtener un panorama de la situación comercial en la que se encuentran para crear estrategias de éxito.

En el análisis de actores indirectos se estudiaron características de calidad de la oferta y acceso a servicios de apoyo en la cadena productiva, evaluando también características culturales y valor turístico con la cual pueda apoyarse para implementar la actividad; conociendo así que el tipo de actor relacionado sea público, privado, con fines de lucro o sin fines de lucro, zona de intervención, servicios que ofrecen, temporalidad, tecnología usada, inversiones que implica la actividad, calidad del servicio y costo del servicio.

Figura 3. Secuencia de eslabonamientos en la cadena productiva de la canasta artesanal.



Fuente: Heyden y Camacho, 2004.

En el bloque relaciones se consideraron las interacciones entre actores intra e inter eslabones productivos. La información se complementó con el análisis de las condiciones de elaboración y comercialización para lo cual se utilizaron matrices y flujos de cadena como herramientas de identificación y descripción de las relaciones. Así mismo, las relaciones se analizan desde tres entradas:

Relaciones de compraventa: transacciones

En esta fase se identificaron las transacciones que se llevaron a cabo en torno a la canasta artesanal, desde la producción hasta el mercado meta, considerando las características del producto, lugar de transacción, volumen, frecuencia, forma de pago, formalidad, negociación, grado de dependencia y resultados de la relación.

Relaciones sociales

En este caso, el énfasis fue sobre la manera en que los aspectos sociales y culturales influyeron en las relaciones de los artesanos con respecto a la elaboración de la canasta, con ello se pretendió lograr una mejor comprensión del funcionamiento de la cadena productiva. Dentro de las principales características tomadas en cuenta están la naturaleza de las relaciones, antigüedad de la relación, conflictos y afinidades entre actores, grupos o géneros, semejanzas y diferencias culturales entre actores implicados.

Organización y concertación

Las relaciones analizadas fueron en cuanto a los niveles de organización horizontal y vertical, que permiten la coordinación y alianzas entre un mismo eslabón o entre actores directos e indirectos, para lo cual se analizaron objetivos de organización, tiempo de la organización, función que cumplen los actores, solidez de las organizaciones y beneficios o resultados percibidos por los actores.

Por último, en el bloque mercado se trató de dimensionar el consumo real de la canasta artesanal y la delimitación de la demanda turística, con ello contribuir al conocimiento de su posicionamiento en el mercado y la valoración para su comercialización como producto turístico cultural del municipio de Tenancingo.

Para ambos casos se diseñó una encuesta con muestreo por intención que facilitó determinar características que complementaron la evaluación del segmento de mercado e identificación patrones.

Para la caracterización del consumo real se siguió una temática con base en gustos, preferencias, conocimiento y usos que se le otorgan a la canasta artesanal y la demanda atendida por los artesanos. El instrumento de recolección de información consistió en una encuesta en los principales puntos de venta ya establecidos para los artesanos dentro del tianguis y del mercado en el municipio de Tenancingo.

Así mismo, para obtener la delimitación del posible consumidor turístico de la canasta artesanal se realizó una encuesta que se dirigió principalmente a los estudiantes del Centro Universitario UAEM Tenancingo. El mecanismo consistió en una encuesta en sistema en línea a través de la página de facebook del CUT, con el propósito de obtener diferentes puntos de opinión en función de características que se presumen homogéneas y específicas como el lugar de procedencia, licenciatura que cursan, edad y género, características de forma y gustos de viaje, identificación del municipio de Tenancingo y de la canasta artesanal, formas de uso, compra y una cotización de precios para valorar su potencial de inserción como recurso turístico cultural del municipio.

La fase final fue la comprobación de hipótesis, partiendo de una interpretación de la información sobre los bloques, identificación de puntos críticos, ventajas competitivas, así como estrategias concertadas para orientar el posicionamiento de la canasta artesanal como recurso turístico cultural con la intención de satisfacer gustos, recreación y beneficios económicos para el artesano.

6. Resultados

6.1 Bloque historia: condiciones sociales y culturales en la elaboración de canasta artesanal

En el municipio de Tenancingo, la elaboración de canastas es transgeneracional, así lo demuestran más de tres generaciones de una misma familia involucradas en su producción. El fin actual es comercial y el líder familiar hereda el saber hacer de un producto que primero fue concebido para satisfacer necesidades al interior del núcleo familiar, posteriormente se convirtió en un trabajo oficial con el uso de materiales y técnicas, así como medio de sustento, representando hoy en día toda una actividad económica artesanal.

La esencia del oficio se sustenta en la utilización de varas y conocimientos de plantas obtenidos de los ancestros de la región. En Tenancingo, las principales fibras vegetales utilizadas en la fabricación de las canastas artesanales derivan del zazal, romerillo y sauce, en ocasiones vara de árbol llorón y de palo dulce, aunque en la elaboración de la base de la canasta se prefieren materiales como el palo de tlaxitlacote y la raíz de sabino; pero depende de la técnicas de cada artesano.

Aproximadamente, desde 1960 y 1970 se constata el incremento en el uso de la canasta y su producción, puesto que las nuevas generaciones de artesanos fueron retomando el oficio como un empleo, encontrando en la artesanía una mejor oportunidad de empleo en comparación a la oferta de la región, donde se dependía de otros y el trabajo era más pesado. El nivel académico o años de estudio fue de primaria y secundaria, así como una familia constituida por seis miembros en promedio.

A pesar de que la agricultura ha constituido la actividad primaria y la forma para obtener ciertos recursos financieros, la fabricación artesanal fue adquiriendo importancia como un segundo salario para coadyuvar la subsistencia familiar, donde la mujer ha desempeñado varias tareas, en la producción de artesanías y como empuntadoras de rebozo, otra artesanía característica del municipio de Tenancingo.

Así, para la vida cotidiana de la mujer de la ésta época, la canasta era indispensable para transportar diferentes artículos que adquirían en el mercado, con un estilo peculiar denominado “canasta de mandado”, lo que marcó la tendencia existente, haciéndola prevalecer en el mercado.

En tanto, los artesanos canasteros consolidaron el saber-hacer por medio de la observación y participación en la familia, donde adquirieron los conocimientos del proceso de elaboración de canastas, siendo principalmente el padre de familia quién acuñó el oficio artesanal para hacer frente al sustento familiar, creando una relación con sus hijos y esposa para realizar las actividades de recolección de vara, limpieza o pelado, azufrado, secado y tejido, empleando materiales tradicionales, además de técnicas particulares.

Así incremento del número de artesanos, realizando también la perduración en el tiempo, mostrando ser una forma de reproducción de arte. La mujer de igual manera es un actor central que ha solventado la permanencia de la actividad económica enfrentado gastos y transmitiendo a sus descendientes la necesidad de elaborar canastas artesanales para contar con una actividad laboral y apoyar con los gastos familiares.

Las circunstancias cambiantes del medio ambiente y las características de producción propiciaron la división del trabajo, apareciendo nuevos actores en la cadena productiva como los recolectores de vara quienes ofertan la materia prima limpia, azufrada y seca, conocida con el nombre de vara rústica, lista para que el artesano la trabaje.

Los recolectores son habitantes de las mismas comunidades de producción, familiares de los artesanos o campesinos de otras comunidades. Ejemplo de ello son los recolectores de San José Chalmita del municipio de Tenancingo y del municipio de Zumpahuacán quienes ofrecen principalmente el romerillo; sin embargo, para el artesano esto representa un costo elevado que no siempre puede solventar, así que depende de las estaciones del año para conseguir

materia prima de menor costo, comprándola o llevando a cabo la recolección él mismo.

Los principales lugares para la recolección son los bosques de pino encino y de vegetación secundaria de la región. En un principio ésta se realizaba solo en Tenancingo, pero con el incremento de población y de artesanos, la búsqueda se extendió hacia localidades como Ocuilán, Malinalco, Xalatlaco, Ixtapan de la Sal, Tonicato y Villa Guerrero, prevaleciendo el zagal, sauce y tlalixtlacote, en segundo término el árbol llorón, romerillo y raíz de sabino, que tienden a ubicarse en el sureste de Tenancingo, en el municipio colindante de Zumpahuacán.

Para la venta de canastas, se destinan los días de plaza en Tenancingo y se aprovechan la de otros municipios cercanos como Chalma, Malinalco, Xalatlaco y Santiago Tianguistenco. En ocasiones, el comercio lo realizan las esposas o hijos y el jefe de familia destina tiempo en la búsqueda de vara, de tal forma que se cuenta con material de trabajo e ingresos en el mismo día.

Históricamente, el municipio de Tenancingo se ha caracterizado por el comercio de diversidad de productos, siendo un lugar de concentración regional de comerciantes y consumidores en los días de tianguis, con lo cual se ha favorecido la venta de canastas, y los artesanos concretaron un acuerdo con el municipio para la asignación de un derecho de piso sobre la calle Guadalupe Victoria y Cuauhtémoc, a un costado de la Capilla de Jesús, lugar que se hizo reconocido para la venta de las mismas, así los artesanos se ven beneficiados para vender su canasta sin costos adicionales.

Los intermediarios en el proceso de comercialización cumplen la función de personas puente entre la empresa y el mercado porque posibilitan el aumento de ventas dado que en este caso el artesano debe cumplir con un determinado número de canastas o pedidos de manera constante. En esta relación socioeconómica el intermediario establece el precio, dejando con pocas opciones de negociación al artesano.

Se presupone que ciertas instituciones coadyuvan la promoción, conservación y comercialización de la canasta artesanal. El municipio por ejemplo participa en la organización de concursos o eventos donde se muestran productos y se trata de ampliar el mercado a nivel estatal o nacional.

Hasta el momento se reportan 38 hombres y 28 mujeres dedicados a la elaboración de canastas, ubicados en las comunidades de Chalchihuapan, La Mesita, San Martín Coapaxtongo, San Juan Tetitlán, Santa Ana Ixtlahuatzingo y El Carrizal. La edad fluctúa entre los 17 y 86 años, con un promedio de 58 años, y son personas que se mantienen en la actividad para obtener un ingreso, por interés o porque necesitan generar recursos y es lo que saben hacer.

Para las nuevas generaciones el panorama ha cambiado, al igual que sus intereses, necesidades y búsqueda de oportunidades laborales, donde la canasta artesanal no representa la misma opción que para los padres, lo que pone en riesgo la pérdida de conocimientos, pero se tiene que dimensionar también las dificultades que se enfrentan ante los cambios de gustos, preferencias, condiciones comerciales y ambientales que complican el sostenimiento de la actividad productiva.

6.2 Bloque entorno: Factores que intervienen en el proceso de la canasta artesanal

Entorno a la cadena productiva de la canasta artesanal se presentan una serie de factores que intervienen en su proceso, la recolección de fibras vegetales cuya disponibilidad depende de las condiciones ambientales y sociales, con tendencia a la escases en los montes o cerros donde se encuentran de manera silvestre, aunado a los cambios climáticos que han hecho estragos en la cantidad y calidad de las varas.

Ante lo anterior, algunos artesanos han comenzado a implementar cultivos en sus predios para obtener varas con ello mantener la producción e indirectamente el cuidado del ambiente. La problemática que enfrentan es la disponibilidad en los meses secos del año, condiciones de suelo y cantidad de agua, por lo cual la mejor temporada para obtener varas es en épocas de lluvia, es decir, del mes de mayo a octubre. De esta forma, se cuenta con varas de romerillo y zazal que se logran pelar de manera ágil.

Para la temporada de sequía o frío la vara escasea demasiado (noviembre- abril), ante lo cual, la vara de sauce es la mejor opción, principalmente porque prevalece a pesar de las condiciones climáticas y es la que logra adaptarse al tipo de suelo, no obstante cierta cantidad de varas se “queman” por las heladas, además de las pérdidas que se tienen durante el proceso de transformación y manejo del material porque se dificulta la limpieza rápida y se “pega”, retardando el proceso.

Respecto a los cambios sociales, el proceso de recolección de material se afecta por el incremento de población y la limitación para poder entrar en diferentes predios, además de la protección forestal por parte del gobierno federal, estatal y municipal de los espacios en donde se podría recolectar vara. La propiedad privada es otra limitante a la que tienen que hacer frente los artesanos o recolectores, resguardados o habitados y donde se decide eliminar las plantas silvestres para otros usos del suelo.

En ayuda a los artesanos para su trabajo de recolección, el Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México (IIFAEM) otorgó una credencial para identificación en el municipio de Tenancingo, con la intención de reconocer su labor, además de realizar un padrón de conteo. La credencial facilita entrar en los montes, así autoridades y propietarios podrán reconocer a los artesanos y permitir la labor de recolección. Sin embargo, en algunos municipios como Ocuilán se complica la obtención de vara por la presencia de bienes comunales, así que se debe solicitar un permiso para introducirse en los montes ya que de otra forma podrían ser multados por las autoridades.

La transformación de la materia prima en canasta artesanal se realiza con un procedimiento tradicional heredado, sin embargo, los jóvenes tienen otros intereses, para ellos la elaboración de canasta artesanal ya no reditúa los mismos beneficios que a sus abuelos o padres y prefieren contar con un trabajo más estable o estudiar y ejercer una carrera profesional o bien emigrar a los Estados Unidos donde prevén un mejor bienestar de vida.

La participación de la mujer en el proceso de elaboración de la canasta artesanal es coadyuvar la toma de decisiones, mientras que los hijos tienen a su cargo el pelado y azufrado de la vara, ya que el tiempo de secado es determinado por el artesano. En tanto el tejido es responsabilidad del productor donde imprime su estilo.

La comercialización está determinada por motivos socioculturales, dado que la compra directa está asociada a tradiciones, eventos católicos, funerales, Día de los Fieles Difuntos o navidad, por tanto octubre y diciembre son los meses de mayor venta, sea de manera directa o con los intermediarios, no obstante cabe la aclaración que en estricto no aumenta el precio.

El reconocimiento de la artesanía se presenta en lugar de venta los días de plaza en Tenancingo, ubicado en las calles de Guadalupe Victoria y Cuauhtémoc, sin que los productores eroguen en efectivo por el derecho de piso, pero si está establecido cierto número de metros para colocar el producto a ofertar. En el lugar

de mercado también llegan los recolectores a ofrecer vara rústica, la cual dependiendo de la temporada, posibilidades y necesidades del artesano determinan la compra. En otros lugares de plaza (mercados) como Santiago Tianguistenco, Xalatlaco o Capulhuac se debe pagar una contribución para poder comercializar, situación a la que se adecuan los artesanos.

Otras iniciativas que se han realizado en el municipio de Tenancingo para incrementar la comercialización de la canasta artesanal, ofertar el producto y continuar con su utilización son concursos y ferias artesanales que tienen por objetivo apoyar la difusión, preservación, fomento, innovación y promoción turística, realizados por la Casa de Cultura y por el municipio del trienio 2009-2012 vía la regiduría de Turismo, donde en colaboración con diferentes empresas comerciales, así como centros escolares se premian y confieren distintivos al artesano por su participación y dedicación a su oficio. A la par, participan otras ramas artesanales del municipio, donde se compite y se resaltan los mejores productos y técnicas, obteniendo reconocimiento y valoración de la población.

En el Estado de México, los artesanos pueden también presentarse ante el Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México (IIFAEM) y con el trámite de credencialización pueden solicitar apoyo para la comercialización de las canastas por medio de la Casa de las Artesanías (CASART), otorgándoles espacios en distintas sucursales, donde logran darse a conocer y promocionar: La apertura se amplía con la posibilidad de participar en las ferias, exposiciones y concursos para promocionar los productos en diferentes municipios, además de obtener capacitación, talleres y asesoría para hacer frente a las condiciones de mercado, pero significa que el artesano debe dedicar tiempo a la relación con la institución.

A nivel Federal, la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) por medio del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) impulsa la actividad artesanal con la promoción de arte popular mexicano, donde algunos artesanos canasteros de Tenancingo han sido reconocidos, obteniendo la distinción de su trabajo y en ocasiones beneficios económicos, además de poder acceder a

capacitación, asistencia técnica, apoyos para producción y comercialización, así como apertura de espacios para participar en exposiciones, ferias y concursos, donde se fomenta el consumo artesanal.

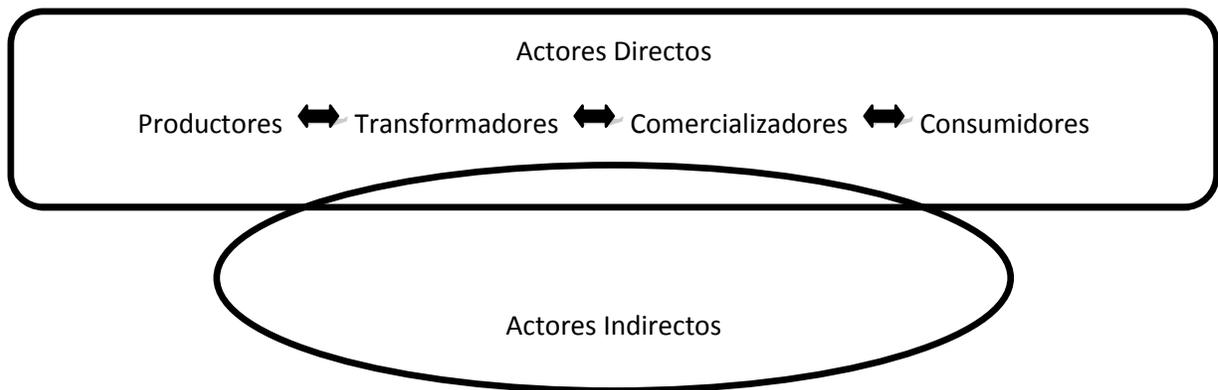
La iniciativa privada se hace presente con Fomento Cultural Banamex quien en su labor social dirige apoyos para la comercialización en pro de fomentar, promocionar y preservar la cultura existente en la labor artesanal, realizando de igual manera exposiciones y concursos de productos artesanales en diferentes regiones de México.

De esta manera, se interrelaciona la participación con el gobierno municipal, estatal y federal, en coordinación con instituciones de fomento y apoyo, además de la iniciativa privada. La prevalencia del arte popular en México denota una forma de expresión cultural y trabajo empresarial, en aras de rescatar, fortalecer y organizar, además de capacitar y asesorar técnica o financieramente la actividad artesanal, creando políticas y estrategias para mejorar las condiciones de vida, impulsar participación y promoción dentro de la actividad turística.

6.3 Bloque actores y sus actividades, en relación a la canasta artesanal

Los actores en general son productores, transformadores, comercializadores y consumidores, siendo los participantes directos en la cadena productiva. Los actores indirectos establecen relación en referencia a los directos y complementan las funciones de la cadena productiva (Figura 4). Por lo anterior se describen las actividades con la herramienta de itinerario técnico, para presentar de manera explícita los pasos que conlleva el proceso de elaboración de la canasta artesanal y la articulación con dichos actores.

Figura 4. Diagrama de la cadena de producción en la canasta artesanal.



Fuente: Heyden y Camacho, 2004.

Actores Directos: productores y recolectores

En los actores directos se encuentra a los artesanos de las diferentes comunidades y recolectores de vara (San José Chalmita y Zumpahuacán) quienes invierten una o dos jornadas para buscar y recolectar, entendiendo que se consideran dos factores, temporada y selección, ya que en la fabricación de una canasta se suele emplear un solo tipo de vara en su estructura (zazal, romerillo, sauce, árbol llorón o palo dulce), aunque puede variar las varas en el asiento, dependiendo de los conocimientos y técnica, entreverando varas de palo de tlalixtlacote o raíz de sabino, los cuales confieren una mayor resistencia para cargar cosas.

El trabajo de recolección se realiza en su mayoría por hombres, ya que trata de recorridos en los cerros y montes, lugares boscosos y alejados, además de peligrosos, siendo un trabajo pesado por la caminata en busca del material requerido y el transporte hasta el domicilio; los artesanos mayores de edad y mujeres cuentan con el apoyo de sus familiares.

Los recolectores no tienen un día específico para entregar material al artesano, en dado caso que exista convenio con alguno, se aprovechan los días de mercado cuando debe estar listo el material. Algunos artesanos procuran que sea lunes y/o martes para iniciar su semana de trabajo, porque en caso de comercializar con el intermediario son los sábados cuando entregan canastas; dado que si se vende en diferentes mercados, tienen que contar con cierta variedad del producto. En la recolección se emplean hasta 12 horas, dependiendo de la situación de colecta, pero la temporada impide o favorece la obtención de mayor cantidad de varas, la cual se marca por cantidades de manojo o tercios (150 a 180 centímetros de diámetro y 70 a 120 centímetros de largo en promedio, pero pueden medir hasta 180 cm).

Para el artesano la recolección representa la iniciación de su trabajo, la determinación de sus bienes y ganancias, así como el seguimiento de su actividad.

Para el recolector es una fuente de ingresos, con la cual ayuda al artesano para generar la actividad canastera.

Transformadores: varas y tejido de la canasta

Los transformadores son los artesanos, principal actor de la cadena productiva, quien convierte las diferentes varas en canastas artesanales a través de un proceso de elaboración que marca la transformación de una materia prima a un producto. Algunos de los recolectores también realizan cierta transformación, pero el cambio significa tenerla lista para tejer, que es cuando se ofrecen a los productores.

El proceso de transformación comienza con el pelado o limpieza de la vara, lo que significa quitar la cáscara y hojas a un tercio de vara, dejándola sin piel y en una sola pieza (Fotografía 1). En el proceso se utilizan cuchillos, piedras, maderas en forma de pasador y hasta alambrones que colocan en forma de V sobre una base por donde se desplaza la vara para dejarla limpia (Fotografía 2), quedando de color verdoso (Fotografías 3 y 4).

Fotografías 1 y 2. Limpieza de las varas para la canasta artesanal.



Fuente: Millán, 2013.

Fotografías 3 y 4. Acabado de las varas al limpiarse.



Fuente: Millán, 2013.

Para los palos de tlaxitlacote también se realiza el pelado, pero para la raíz de sabino solo se va desprendiendo en forma de cintas, ya que son pedazos gruesos y largos (Fotografías 5 y 6). El tamaño a utilizar de tales materiales es de acuerdo a las proporciones requeridas, así que se dejan secos y listos para utilizar. En este paso suelen apoyarse de los hijos o esposas, y el tiempo que le dedican a este paso es dependiendo de lo que utilizará el artesano, llegando a ser hasta un día.

Fotografías 5 y 6. Trozos de raíz de sabino.



Fuente: Millán, 2013

El segundo paso, el azufrado, consiste en llenar de humo de azufre las varas para lo cual se colocan en grupo y peladas, sosteniendo cada extremo sobre sillas o bancos, quedando horizontalmente en alto y tapadas con un plástico o una cobija para que debajo de las varas se coloque el somerío, plato o algún recipiente pequeño con brasas, sobre las cuales se colocan aproximadamente dos cucharadas de azufre en polvo; al estar en contacto con las brasas se hace humo y se van impregnando las varas, dejándolas así hasta que termine de salir humo de las brasas (Fotografía 7). Algunos artesanos prefieren hacer esta práctica en la tarde o noche, después de pelar la vara, para posteriormente dejarla reposar toda la noche, con esto se consigue el blanqueamiento, además de que se confiere resistencia y maleabilidad a la vara.

Fotografía 7. Método de azufrado de las varas.



Fuente: Millán 2013.

El tercer paso consiste en el secado al sol durante la mañana para que seque el azufre y termine de tomar un color blanco (Fotografía8), el tiempo es determinado por la experiencia de cada persona, pero aproximadamente se destinan dos horas porque si no se afecta el tono de la vara y el color puede volverse amarillento o rojizo. Hasta aquí van invertidos prácticamente tres días en el proceso, lo que refleja el trabajo del productor o recolector en lo que se denomina varas rústicas. La entrega de colector a artesano es en manojos, manejables porque la vara está completamente limpia, acomodada y presentada en rollo, amarradas todas las puntas para cuidarlas y poderlas transportar.

Fotografía 8. Momento de secado después de azufrar las varas.



Fuente: Millán, 2013.

Después del secado, el cuarto paso consiste en la selección de tamaños de vara (Fotografía 9), lo que determina también el tamaño de la canasta, esto en el tercer día de proceso. Algunos artesanos elaboran canastas con colores entre el tejido, lo cual muestra innovación y búsqueda de tendencias. En este caso, al momento de seleccionar tamaños también se preparan las varas a teñir, el método es por pintura vegetal, anilina y otros materiales, mezclándolas con agua para poderlas manejar en el proceso.

Fotografía 9. Selección de tamaños y tipos de varas.



Fuente: Millán, 2013.

El tejido comienza con la medida de los asientos, proporcional al tamaño de las varas. El primer material a utilizar es el palo de tlaxtlacote, por su resistencia y mayor grosor que las varas, para lo cual se toma en cuenta la igualdad de largo y el grosor, puesto que en el asiento la cantidad de palo a utilizar es diferente dependiendo de lo delgado o grueso, lo que repercute en el nivel en la canasta. Es de importancia también contar con la raíz de sabino en tiras delgadas y remojarlo para lograr un tejido resistente y uniforme en la base del producto.

El quinto paso lleva tres días (4, 5 y 6), una vez listos materiales y seleccionados tamaños, se da un recorte en los lados gruesos de cada vara para poderla introducir bien en el asiento (Fotografía 10), y se prosigue a remojarlas en un recipiente para facilitar manejo y tejido.

Fotografía 10. Preparación de las puntas de las varas.



Fuente: Millán, 2013.

Para un asiento circular se coloca una fila de entre seis y siete palos que cortan a la mitad para entreverar otros seis o siete palos en forma transversal. Dependiendo del tamaño de la canasta, se refuerzan los cruces con una o dos varas entre cada conjunto de palos base, quedando la forma de un cuadro con tres hileras de varas, posteriormente se cruzan entre cada grupo dos palos base, utilizando otras dos varas para comenzar a abrir la posición lineal entre palos, conjuntando al final entre tres y cinco hileras de vara (Fotografías 11 y 12).

Fotografía 11. Vista interna del tejido de asiento circular.



Fuente: Millán, 2013.

Fotografía 12. Vista externa del tejido de asiento circular.



Fuente: Millán, 2013.

El entrelazado se realiza con la raíz de sabino, entre cada uno de los palos base, con ocho o más dependiendo del tamaño de canasta a realizar. Se vuelve a entrelazar otra vez con una vara resistente como la de sauce, formando un círculo marcado por los palos base, con una dimensión aproximada de un centímetro de grosor, alrededor de las varas y raíz.

Para la base ovalada se colocan a la mitad seis palos formados de manera separada y unos ocho a once palos en fila, dependiendo del tamaño. El reforzamiento de la unión se lleva a cabo con la raíz de sabino, formando tres hileras que rodearán la forma de un rectángulo. Para abrir, en la cuarta hilera los palos en fila se entrecruzan reforzando los dobleces para que no se rompan; el proceso es en realidad por hileras de vara y raíz de sabino, para conformar un tipo abanico, se termina la orilla con vara y se obtiene un asiento ovalado (Fotografías 13 y 14).

Fotografía 13. Vista interna del tejido de asiento ovalado.



Fuente: Millán, 2013.

Fotografía 14. Vista externa del tejido de asiento ovalado.



Fuente: Millán, 2013.

La segunda parte consiste en configurar el cuerpo de la canasta. Este proceso es conformar las matas o pilares, iniciando de las líneas de palos base de tlalixtlacote en el asiento, los cuales son aproximadamente 24 a 34 líneas de salida en la orilla del asiento de donde se introducen de tres a siete varas entre los orificios del entretejido para atorarlas y obtener los pilares, lo delgado o grueso de las mismas depende del tamaño de la canasta, para su resistencia (Fotografía 15 y 16).

Fotografía 15. Conformación del cuerpo de la canasta: los pilares.



Fuente: Millán, 2013.

Dentro de las matas (24 o 34) se seleccionan cuatro para el tejido del asa, dos matas por lado, donde se colocan varas más gruesas y resistentes. Una vez con las matas del asa y las varas del asiento, se procede a amarrar las puntas de los pilares y se doblan en su entrecruzamiento con el asiento.

En la tercera parte, las tramas (varas entrelazadas con las matas, que formarán el cuerpo o profundidad de la canasta) comienzan a entrecruzarse cada tres matas por una vara, todo en dirección hacia la derecha y esa misma vara conforma un zigzaguo entre cada grupo de matas, siendo de 24 a 34 varas para formar una

vuelta en la canasta y así complementar una trama, en este entendido, se tejen hasta tres tramas en una canasta, lo que hace se traduce entre 72 a 102 varas en las tramas (Fotografías 16 y 17). Es en este paso donde se plasma ingenio, presentación y diseño; en algunos casos, en este paso se colocan las varas de colores.

Fotografías 16 y 17. Altura de la canasta: las tramas.



Fuente: Millán, 2013.

Al finalizar las tramas, se teje el asa o agarradera de la canasta, a partir de las cuatro matas ya seleccionadas, empleando de tres a diez varas, así como otras cuatro a 12 varas gruesas por mata, que al unirse forman un brazo de unas 14 a 44 varas, dependiendo del grosor deseado del asa y teniendo en cuenta el tamaño de la canasta.

En el trenzado para formar el arco, las puntas de cada brazo se integran al tejido de las tramas del lado contrario de cada brazo, donde se sostiene mejor y crea una apariencia disimulada del tejido (fotografías 18 y 19); algunas adecuaciones al estilo es la utilización de raíz de sabino como cinta alrededor del asa para sellarla, entrelazándola con cuatro varas que quedan encima del asa, para lo cual se hace hasta después del tejido del olán, dando resistencia y textura al contacto (Fotografías 20 y 21) .

Fotografías 18 y 19. Asa o agarradera tradicional de la canasta artesanal.



Fuente: Millán, 2013.

Fotografías 20 y 21. Estilo reforzado de asa de canasta artesanal.



Fuente: Millán, 2013.

Para terminar el asa, se prosigue con el tejido de olán, donde los artesanos muestran sus diseños y decoraciones para darle término a la canasta. Desde el inicio de los pilares se va dando forma al olán, el cual puede ser ancho o petatillo, chino o doble y el de cordón (Fotografía 22). Éstos también dependen del tamaño de las varas y de las condiciones de diseño, así como del conocimiento del artesano, ya que se llegan a colocar varas de colores para enfatizar la presentación del olán.

Fotografía 22. Tipos de olandes en la canasta artesanal.



Fuente: Millán, 2013.

El olán ancho o petatillo es el más común a elaborar en las canastas. Se forma a partir de las pilares, donde se colocan de tres a cuatro varas en filas o en líneas, entretejiéndose juntas para formar el olán, haciendo formaciones cruzadas entre cada grupo de pilares (Fotografías 23 y 24). Realizando una tira hacia arriba por dentro de la canasta y luego hacia abajo por fuera de la canasta, dejando las puntas hacia fuera, posteriormente se cortan para dar presentación y que no lastimen al tocarla; se cepilla y retira los excesos de las varas en el tejido, terminando así una canasta artesanal.

Fotografías 23 y 24. El olán ancho o petatillo de la canasta artesanal.

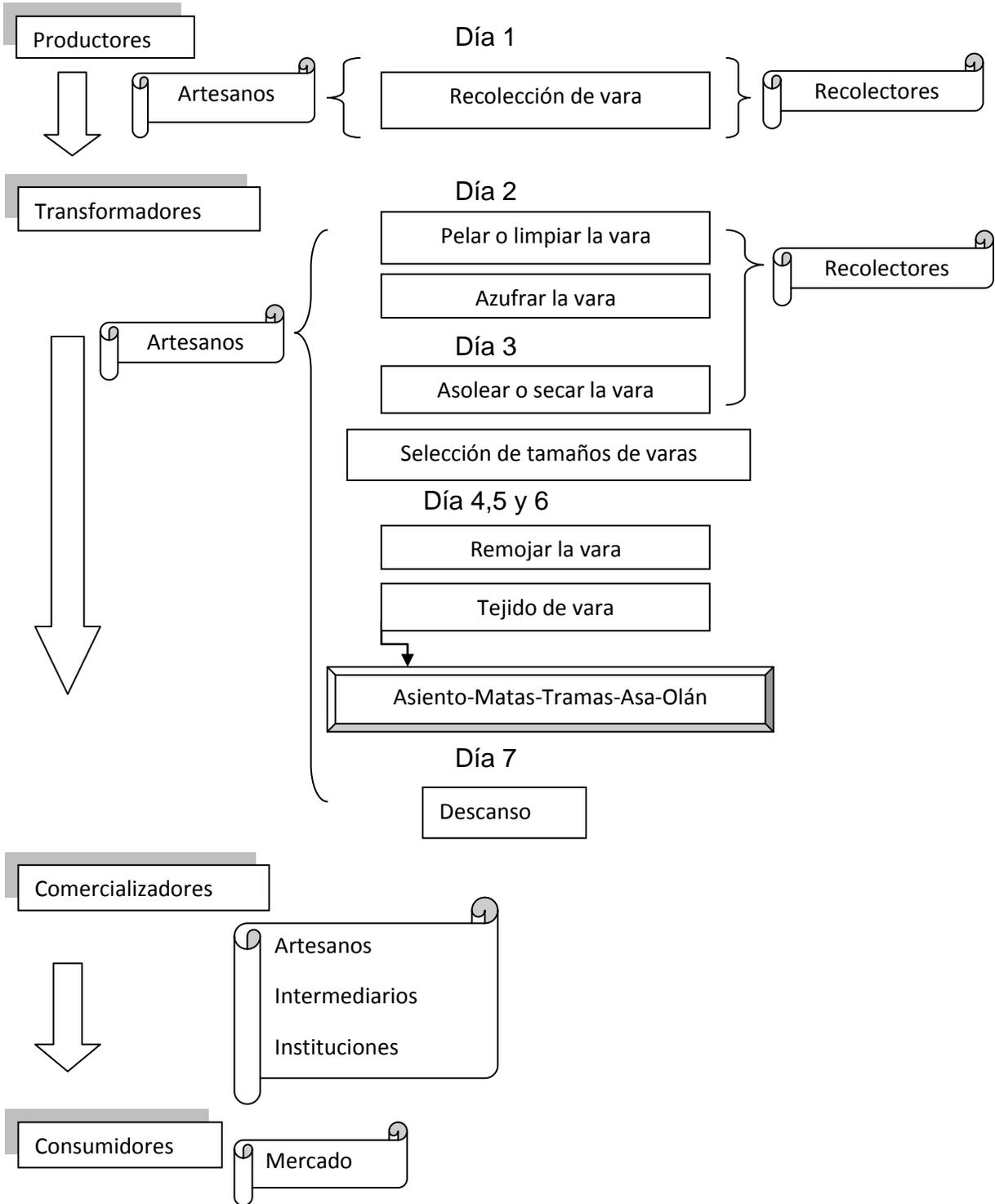


Fuente: Millán, 2013.

El tiempo de tejido para canastas medianas y pequeñas es de tres a cuatro horas en promedio por canasta, con una dimensión de entre 10 a 40 centímetros de diámetro en la base, unos 15 a 50 centímetros de altura, dependiendo de las habilidades y diseños que se realicen, ya que en las de tamaño pequeño se enfatiza en la dedicación del tejido.

El artesano dedica una actividad semanal de entre tres a cuatro días para tejer, produciendo en un día hasta cuatro canastas, lo cual varía por pedidos o actividades, que depende de las diferentes etapas de su proceso. La realización de su trabajo depende de la demanda, alrededor de la cual organiza sus labores (Figura 5).

Figura 5. Itinerario técnico en la elaboración de la canasta artesanal de Tenancingo.



Fuente: elaboración propia.

Comercializadores

La comercialización es realizada por los propios artesanos o intermediarios, quienes representan el vínculo con el consumidor. El número de canastas es variable y en algunas ocasiones el productor vende directamente, al mismo tiempo que utiliza al intermediario, los cuales pueden ser hombres o mujeres de edad adulta, quienes colocan la canasta en los mercados y ciudades aledañas al municipio.

Los artesanos que comercializan canastas de manera directa destinan los días de plaza en los municipios para la venta, solos o a través de algún miembro de la familia (esposa, hijos, nueras), adecuando las actividades de acuerdo a los días de mercado y estableciendo una relación de amistad-confianza con los clientes. De acuerdo a los artesanos, las ganancias son mayores en la venta directa, puesto que solo enfrentan peticiones de los consumidores, caso contrario, la transacción con el intermediario significa bajar precios, lo que da otro punto de comparación para el consumidor.

Fotografía 25 y 26. Comercialización directa de canasta artesanal.



Fuente: Millán, 2013

Fotografía 27. Artesana en la plaza de Tenancingo.



Fuente: Millán, 2013

El artesano que comercializa de manera directa aprovecha además las temporadas de festividades conocidas y en ocasiones es parte de las mismas, conoce personas, se interrelaciona y puede ofertar canastas, lo que posibilita incrementar ventas.

La venta con intermediarios se establece de manera reciproca, del artesano al intermediario o viceversa, con acuerdos donde el artesano tiene que cumplir con una cantidad determinada cada cierto tiempo. El criterio de transacción es la cantidad, pero los beneficios para el productor dependen de los intereses de los intermediarios, quienes obtienen la mayor parte de ganancias, dejando al artesano con una remuneración limitada.

Fotografía 28. Comercialización de artesanías con intermediario.



Fuente: Millán, 2013.

Las ganancias del intermediario dependen del lugar de comercialización del producto; también aprovechan temporadas y tradiciones, además de buscar lugares de venta seguros puesto que disponen del tiempo para ello, por ejemplo tiendas de artesanías, ferias de pueblos o sitios turísticos, donde existen diferentes mercados a los cuales pueden acceder, restando relevancia al lugar del cual provienen las canastas. Algunos otros intermediarios son cercanos a los artesanos, conocen su trabajo y hacen pedidos de una canasta por semana o varias en determinado tiempo, es decir, la requisición es de acuerdo al cliente, en una relación de ganar ganar para el intermediario.

Para el artesano, vender la canasta representa esfuerzo y dedicación, sustento de la familia y forma de expresar sus habilidades con las cuales se mantienen en la preferencia de las personas, aunque cada vez son más cambiantes. Apoyarse en un intermediario significa llegar a mercados más lejanos de los alrededores; lo que posibilita mantener continuidad en las ventas y representando un medio más o menos seguro en la consecución de clientes. Lo que estaría en duda es el valor artesanal que representa el producto para los intermediarios y la inequidad de ganancias en la cadena productiva.

Consumidores

En el último eslabón de actores directos están los consumidores, quienes adquieren la canasta artesanal para diferentes funciones, tradiciones como “llevar el mandado”, contentos, presentes en eventos católicos, padrinos de sombra cuando muere un familiar, ofrenda de Día de Muertos o navidad. Otras funciones atribuidas son las de frutero, decoración de la casa o del establecimiento. Algunos artesanos buscan alternativas de uso en la oferta como centros de mesa en algún evento social o regalos para eventos particulares; sin embargo, prevalece la tradición hasta en su uso y en este caso los intermediarios intentan también llegar al consumidor con alternativas de uso para competir en el mercado.

El que existan personas interesadas e identificadas con el uso de la canasta artesanal abre la posibilidad de aprovechar y mejorar las alternativas de venta, así como promover y exponer la cultura del municipio de Tenancingo por parte de los artesanos que se dedican a la actividad, teniendo como alcances la mejoría en su producción y ganancias.

Actores Indirectos

Los actores indirectos en la cadena productiva de la canasta artesanal son principalmente los distintos niveles de gobierno e instituciones de apoyo, las cuales van delimitando acciones encaminadas a la actividad artesanal en general, pero con beneficios y restricciones. Para el resguardo de la cultura está el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y su Dirección General de Culturas Populares (DGCP).

La Secretaría de Educación Pública (SEP), con el Museo Nacional de Culturas Populares y el Centro de Información y Documentación Alberto Beltrán en el Distrito Federal son de vital importancia por la orientación hacia la conservación de conocimientos y cultura material e inmaterial que debe ser preservada y difundida en la sociedad mediante espacios para la difusión.

La Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) cuenta con el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), a través de un fideicomiso público que surge en respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y generar mayores ingresos para las familias artesanas por medio de concursos, ferias y exposiciones, algunos de carácter internacional.

La Secretaría de Economía (SE) dispone del Fondo Nacional de Apoyo para Empresas en Solidaridad (FONAES), el cual tiene el propósito de mejorar las condiciones de mercado. En tanto, la inversión privada recae en el Fomento Cultural Banamex quien realiza iniciativas de desarrollo social para preservar, difundir y promover la actividad artesanal de todo el país.

También se encuentra la colaboración de instituciones para el impulso de la actividad artesanal en la República Mexicana como el Gran Premio Nacional de Arte Popular, organizado por FONART o las realizadas por el Fomento Cultural Banamex, Fundación Pedro y Helena Hernández y la Fundación Alfredo Harp Helú, quienes realizan certámenes de piezas en la categoría diversidad artesanal, que pretende reconocer y valorar conocimientos, creatividad y técnicas de los artesanos.

El gobierno del Estado de México cuenta con la Secretaría de Turismo (SECTUR), cuyos objetivos son planear, dirigir, coordinar y evaluar programas y acciones para el fomento y promoción del desarrollo turístico y artesanal, impulsando y aprovechando los recursos a través de programas e instituciones como el Instituto de Investigación y Fomento a las Artesanías del Estado de México (IIFAEM) que promueve y respalda el arte popular de la entidad mexiquense, considerado una expresión auténtica de valores culturales en aras de promover la actividad económica.

La actividad canastera de Tenancingo puede y debe apoyarse del IIFAEM para promover la expansión y diversificación de sus productos artesanales, principalmente en la Casa de las Artesanías (CASART), donde de manera permanente se detenta la diversidad de productos que se elaboran en el Estado de México, además de coordinar la investigación y asistencia técnica en materia artesanal y comercial, atendiendo al posicionamiento de los productos en el mercado. Al pertenecer al registro estatal de artesanos, quedan registrados para poder tramitar diferentes beneficios de los programas que dirige el instituto, ya que con una credencial de identificación pueden participar en ferias, concursos y acceder a apoyos financieros, dependiendo de las condiciones y solicitudes que el instituto promueva.

A nivel municipal, la Regiduría de Turismo se encarga de fomentar y articular ferias, exposiciones y concursos donde los artesanos canasteros muestran los productos en pro de aperturar espacios de comercialización en la región. La gestión implica negociar con diferentes instituciones, caso de las empresas relacionadas, además de inmiscuir a diferentes escuelas de nivel medio superior y superior que organizan eventos en los cuales los estudiantes desarrollan aptitudes y actitudes, que crean beneficios sociales dentro del municipio, para así mejorar los alcances de las actividades artesanal donde los resultados sean la mayor participación e interés de la población en general, con ello generar actividades de mayor relevancia social.

A los artesanos canasteros del municipio el dirigirse a tales actores indirectos les implica tiempo, que es la mayor inversión para su actividad artesanal; sin embargo, los resultados favorecen la promoción de dicha actividad por generar la participación y atención a la sociedad.

6.4 Bloque relaciones: formas de organización entre actores

En este apartado se describen las relaciones entre los diferentes actores de la cadena productiva, compraventa, sociales y de organización.

Las relaciones de compraventa: transacciones

Cuadro 2. Transacciones de intercambio con dirección social de productor-recolector a transformador-artesano.

Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	Los recolectores entregan vara al artesano, palo de tlaxtlacote y raíz de sabino, sin realizar cambios en ellas, solo cortan y trasladan.
Volumen	Tercios o manojos de 80 cm a 1 metro de diámetro.
Frecuencia	De 1 a 2 veces por semana, dependiendo de la disponibilidad de la vara.
Forma de pago	El artesano paga de contado.
Precios	Hasta \$200 pesos por manajo
Formalidad	El convenio es de palabra.
Negociación	El artesano decide con quién negociar, busca asegurar material y precio.
Grado de dependencia	De acuerdo a la organización de actividades que tenga cada actor.
Resultados de la relación	El artesano cuenta con mejor tiempo para realizar su trabajo y el recolector obtiene beneficios económicos.

Fuente: elaboración propia.

En la compra de material se tiene una relación de transformador-artesano con transformador-recolector (Cuadro 3), lo que significa el proceso de cambio de la vara por eslabón en la cadena productiva, con la oferta directa de las varas en los días de plaza.

Cuadro 3. Intercambio de transformador-recolector a transformador-artesano.

Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	El recolector inicia el cambio en las varas, limpia, azufra y seca, conocida como rústica o asomada. La oferta consiste en romerillo y zagal; con las mayores cantidades en los meses de septiembre y octubre.
Volumen	Varía de 20 a 50 cm de diámetro.
Frecuencia	Según necesidades del artesano y disponibilidad de recursos, en temporadas aprovecha para mejorar sus tiempos de producción.
Forma de pago	Al contado y a crédito, dependiendo los acuerdos.
Precios	Desde \$500 a \$1.000 pesos.
Formalidad	Acuerdos de palabra.
Negociación	Tanto el artesano como el recolector buscan obtener mayores beneficios en el acuerdo, pero casi siempre los recolectores ceden a los precios que ofrecen los artesanos.
Grado de dependencia	Cuando hay poca vara el recolector busca a los artesanos y cuando hay abundancia el artesano busca la mejor oferta.
Resultados de la relación	Se reducen aún más los tiempos de trabajo del artesano ya que el recolector inicia los trabajos de transformación e incrementa los beneficios de su actividad.

Fuente: elaboración propia.

De igual forma, se tiene una relación con proveedores o productores de diferentes materiales que son utilitarios para transformar las varas (Cuadro 4), donde el transformador como artesano o recolector llegar a hacer uso de tales materiales.

Cuadro 4. Relaciones entre transformadores, recolectores y productores.

De transformador-artesano o recolector con diferentes productores	
Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	Se utilizan objetos como cuchillos, navajas o alambrones para pelar las varas. La adquisición de azufre en polvo que se utiliza para asomar la vara, el somerío como recipiente y lazos.
Volumen	De 1 a 2 por pieza, el azufre en gramos.
Frecuencia	Dependiendo del uso y desgaste.
Forma de pago	Al contado,
Formalidad	Compra directa.
Negociación	Son precios ajustados, no hay acuerdos o tratos.
Grado de dependencia	El transformador busca las mejores opciones de compra.
Resultado de la relación	Adquisición de materiales que complementan el proceso de elaboración.
De transformador-artesano con diferentes productores	
Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	Pinturas vegetales o anilinas para el teñido de varas.
Volumen	Variado.
Frecuencia	Dependiendo de su utilidad.
Forma de pago	Al contado.
Formalidad	Compra directa.
Negociación	Precios determinados.
Grado de dependencia	El artesano decide donde están sus mejores opciones.
Resultados de la relación	El artesano implementa variedad en sus diseños.

Fuente: elaboración propia.

Terminado la canasta, el artesano es responsable de la comercialización de sus productos, sea con intermediarios o por venta directa con los consumidores finales en el mercado. En el Cuadro 5 se describen algunas características de la relación.

Cuadro 5. Relaciones de comercializador-artesano con comercializador-intermediario.

Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	La canasta limpia y lista para llegar al consumidor, realizando diferentes tamaños y estilos.
Volumen	Varía de 1 a 20 canastas, depende el intermediario.
Frecuencia	Semanal, quincenal, mensual o anual, dependiendo de los acuerdos que realicen los actores.
Forma de pago	Al contado o dependiendo de la relación entre actores.
Precios	Dependen del tamaño y material; algunos precios aproximados son: \$25 la pequeña (De 10 a 12 cm de base y altura) \$50 chica (De 18 a 20 cm de base y altura) \$100 mediana (De 25 a 30 cm de base y altura) \$150 grande (De 35 40 cm de base y altura) \$250 la extra grande (De 50 cm de base por 60 de altura)
Formalidad	Contratos de palabra entre actores.
Negociación	El intermediario termina definiendo el precio de la canasta con el artesano, el cual disminuye conforme aumenta el número de canastas compradas.
Grado de dependencia	El intermediario representa ventas seguras para el artesano.
Resultados de la relación	Al tener un intermediario seguro, el artesano puede dedicarse a elaborar canastas, además asegura la venta de sus canastas e incrementa su producción.

Fuente: elaboración propia.

Así mismo, se describe la relación que se establece entre el comercializador o artesano con el mercado y consumidor (Cuadro 6).

Cuadro 6. Relación de comercializador-artesano con mercado-consumidor.

Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	Canastas limpias y presentables de diferentes diseños y materiales, que pueden ser por pedidos especiales del cliente o llevadas al mercado. El rango fluctúa de 8 a 50 canastas de diferentes tamaños.
Volumen	Por peticiones de clientes pueden ser más de 10. Los consumidores del mercado comprar de 1 a 3.
Frecuencia	Días de plaza en Tenancingo, jueves y domingo. En Santiago, martes y en Capulhuac, viernes.
Forma de pago	En general al contado.
Precios	De acuerdo a tamaños. La más pequeña de 15 cm de diámetro \$35. La chica con 25 cm de diámetro \$60. La mediana con 40 cm de diámetro y 30 cm de alto \$130. La grande con medidas de 60 cm por 50 cm en \$200. La más grande de 80 cm de diámetro por 80 cm de largo \$350.
Formalidad	El consumidor hace tratos de palabra con el artesano.
Negociación	El consumidor dirime el precio en base a su poder de convencimiento, sin embargo, el artesano procura sus ganancias.
Grado de dependencia	El consumidor compara precios entre los diferentes artesanos para adquirir el producto.
Resultados de la relación	A partir de la interacción artesano-consumidor se presentan los productos, se ganan la confianza de los clientes, quienes se encargan de la recomendación entre sus conocidos y de esta forma se reconoce la labor del artesano.

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, el Cuadro 7 muestra las relaciones entre comercializadores intermediarios con el mercado y consumidor.

Cuadro 7. Relaciones de comercializadores-intermediarios con el mercado y consumidor.

Criterios	Descripción de la relación
Características del producto	Son canastas que han comprado con artesanos de diferentes materiales, diseños y tamaños.
Volumen	Depende del lugar y tipo de cliente.
Frecuencia	Depende del consumidor.
Forma de pago	Al contado.
Precios	De acuerdo a tamaños y de manera similar a los precios de los artesanos.
Formalidad	Son convenios de palabra de consumidor a intermediario.
Negociación	El consumidor busca el mejor precio con el intermediario.
Grado de dependencia	El consumidor hace comparación de precios de acuerdo a sus necesidades.
Resultados de la relación	El intermediario al realizar ventas con el consumidor obtiene ganancias y mantiene activa la producción artesanal.

Fuente: elaboración propia.

Relaciones sociales:

La cadena productiva de la canasta artesanal depende de relaciones sociales y culturales en el eslabonamiento, interacciones que demarcan principalmente tradiciones y costumbres, en donde elaboración y consumo se han fortalecido a partir de la herencia cultural de padres a hijos, creando así la satisfacción de una necesidad, que hoy en día se está quedando solo en las comunidades del municipio de Tenancingo, dejando sin más alcances sociales al producto artesanal. Sin embargo, los artesanos han creado nuevos vínculos de acuerdo a las nuevas competencias del mercado, como la asociación entre sus mismos consumidores.

En relación con lo anterior y de acuerdo al orden de los eslabones productivos se describen las relaciones sociales-culturales que llevan a cabo los actores, en donde están involucradas relaciones de compraventa y de organización.

Los artesanos interactúan en los diferentes eslabones; la primera relación con la elaboración de la canasta artesanal la establecen con el núcleo familiar donde adquieren conocimiento sobre el proceso y actividades relacionadas, en un ciclo ocasional, temporal o permanente dependiendo de las oportunidades en el negocio. Sin embargo, hombres y mujeres están inmersos en la actividad para mantener a sus familias.

En su papel de productores, los artesanos llegan a establecer contacto con dueños de terrenos en donde hacen recolección de varas; tlalixtlacote y raíz de sabino, con relaciones de amistad. El intercambio en ocasiones es una canasta a cambio del permiso, pero la relación social posibilita que el dueño del predio deje crecer las varas y otros materiales necesarios en el proceso de manufacturación.

Otra vertiente son los convenios de palabra y amistad que los artesanos establecen con floricultores donde se obtienen beneficios para ambas partes. El artesano cosecha varas para sus canastas en los límites de los terrenos y el floricultor mantiene sus límites de tierra, así como la limpieza del terreno para la siembra. Estas relaciones tienen de cinco a ocho años y la frecuencia responde a la necesidad del artesano por la falta de material en los cerros. Sin embargo, el artesano debe contar con alternativas para la obtención de su material.

En su papel de transformador, el artesano desencadena amistades para adquirir las varas, principalmente es con recolectores que la ofertan en término rústico, listas para trabajar y en este servicio se incluye una transacción, sin embargo, es importante para ambos tomarse en cuenta para continuar con la relación y sus beneficios económicos.

Otro tipo de relación social que se efectúa entre los artesanos suele ser el reconocimiento entre ellos mismos, tomarse en cuenta como parte de un grupo que trabaja en lo mismo. También se establecen amistades para apoyarse en

diferentes sentidos, como puede ser durante la producción, transformación o el comercio de las canastas, con lo cual se conforman recomendaciones para determinados trabajos en donde dependiendo de los tiempos y capacidades el artesano logra realizar trabajos apoyándose en el mismo círculo de artesanos.

En el eslabón de comercializadores, el artesano continúa llevando a cabo relaciones sociales con las que implementa sus ventas, el contacto directo con el consumidor le permite tener clientes y amigos con los cuales logra mejorar sus beneficios. La relación aquí varía en naturaleza, ya que puede ser familiar, de compadrazgo y amistad, teniendo de igual manera una antigüedad muy variante, sin embargo, están unidos por la tradición que representa la elaboración y el uso de la canasta.

En la relación social del artesano con el intermediario, donde ambos son comercializadores, se muestra que aparte de la transacción que se realiza, se puede formar un compañerismo para implementar las ventas de la canasta ya que se apoyan el uno al otro; el artesano genera el producto con el cual el intermediario también trabaja y la durabilidad de la relación depende de los intereses que manejen ambos actores con los cuales puedan seguir haciendo frente a la comercialización de la canasta artesanal.

En apoyo a la actividad canastera artesanal, el gobierno municipal de Tenancingo y los artesanos han establecido una relación primordial para favorecer sus ventas, ya que el lugar de plaza destinado para los artesanos, el cual se localiza a un costado de la Capilla de Jesús, está libre de impuestos, con el afán de procurar la actividad artesanal en los diferentes periodos de gobierno. El reconocimiento de los artesanos también ha generado relaciones sociales con diferentes personas, que los lleva en ocasiones a la participación con los actores indirectos que apoyan el fomento de la actividad artesanal, tanto a nivel municipal como a nivel internacional, mejorando los alcances de su producción canastera, ya que logran participar en cursos, capacitaciones, exposiciones, ferias y concursos en apoyo a la difusión de las artesanías, donde además de dar demostración del proceso de trabajo que realizan, llegan a obtener beneficios económicos.

Sin embargo, no todo el tiempo se busca obtener beneficios monetarios, sino también medios de promoción en diferentes lugares, para mostrar la actividad, logrando así presencia y posicionamiento en diferentes mercados y con los consumidores. Tales relaciones son más recientes y escasas, ya que muchos artesanos no dejan sus actividades tradicionales por la falta de recursos para moverse con facilidad hacia diferentes lugares, además de recursos monetarios, esto implica inversión social por parte del artesano para mejorar su actividad laboral que en esencia es cultural.

Relaciones de organización y concertación:

La coordinación de actores busca el planteamiento y alcance de objetivos; sin embargo, dentro de la cadena productiva de la canasta artesanal, las relaciones de organización y concertación se presentan principalmente en base a las instituciones, siendo principalmente de forma vertical.

Organizaciones horizontales:

Existe en teoría una organización de artesanos canasteros dentro del municipio, que son los que conforman el registro de la base de datos, pero el desempeño de funciones y el planteamiento de objetivos no se han llegado a solidificar, por lo que los artesanos no se identifican ni se interesan en la realización de actividades, dejando abandonada la función de la organización.

Organizaciones verticales:

El acercamiento de gobierno de Tenancingo con los artesanos lo representa el padrón de productores, llevado a cabo desde 1997. El registro se realiza primero ante el municipio, para después llegar al estatal, donde los canasteros logran resaltar su trabajo, que continua siendo una actividad comercial en los días de plaza. El registro confiere al menos una ubicación y reconocimiento de las personas, en ocasiones beneficios de participación y coordinación para generar acuerdos entre gobierno y la sociedad artesana.

La concertación por parte de IIFAEM con los artesanos del Estado de México se representa con el otorgamiento de una credencial con la cual se identifican y reciben diferentes beneficios por parte de la institución, como capacitaciones, concursos, exposiciones, otorgamiento de apoyos financieros y apertura de espacios para venta de sus productos, además de ser parte de la base de datos de artesanos del Estado desde 2005, siendo también un espacio de investigación en el cual el artesano puede apoyarse para el rescate y promoción de la actividad artesanal, así como continuar generando vías para mejorar la producción y comercialización de la canasta.

Dentro de la inversión privada se encuentra la concertación de artesanos de México por parte de Fomento Cultural Banamex, donde solo un artesano canastero de la localidad de San Martín Coapaxtongo ha logrado establecer esta relación, ya que logró mantener relaciones sociales con diferentes personas a través del tiempo, los cuales lo llevaron al grupo Banamex, obteniendo beneficios en cuanto a la promoción y venta de sus canastas. La relación con esta organización se ha desarrollado en base al reconocimiento del trabajo de los artesanos y los beneficios que se prevén son la continuación y valoración de la cultura.

6.5 Bloque mercado: consumo real y mercado meta

El consumidor de canasta artesanal de Tenancingo son principalmente personas que radican en el municipio, en la cabecera, colonias o comunidades. Estos consumidores están acostumbrados a la canasta para los días de plaza y el mercado es el medio para la adquisición de productos. El consumo también deriva de personas de diferentes municipios como Zumpahuacán, Toluca, Malinalco, Tenango, Villa Guerrero, Chalma, Ocuilan y Zinacantepec, e incluso de otros estados como es el caso de Guerrero. En general, las personas identifican a la canasta como un producto artesanal del municipio que aún conserva cierto uso tradicional o de costumbre, ya que la utilizan para regalo, eventos católicos o para el mandado; sin embargo, también se atienden nuevos usos por el gusto de las personas, en donde la otorgan como regalo para cualquier ocasión o para uso ornamental.

Los principales compradores de canasta pertenecen al género femenino, reconociendo sus necesidades de uso, siendo en su mayoría amas de casa que guardan la tradición y gusto en su uso. Las mujeres que se dedican a una actividad comercial llegan a utilizar la canasta para labores de su trabajo. Por otro lado, el uso identificado por los hombres también tiene un reconocimiento tradicional.

La tradición en el consumo está otorgada por el grado de relación que la persona tiene al adquirir una canasta en su vida, además de la frecuencia con la que lo hace; por tal motivo, los consumidores encuestados de edades de 30 en adelante tienen una relación con la canasta artesanal desde niños, ya que sus padres compraban la canasta y se fueron identificando con ella y con los usos que le daban, comprándola de manera eventual, pudiendo ser hasta dos veces por año y variando las cantidades; pero en general, la compra de la canasta artesanal se realiza una vez al año y cada vez más en menor cantidad, dadas las condiciones de precio y alcances del consumidor.

El lugar principal para adquirir una canasta artesanal es a un costado de la Capilla de Jesús, sobre la calle de Guadalupe Victoria, en los días de plaza, donde se encuentra una variedad en tamaños, formas y material, así como precios, y se puede encontrar al artesano haciendo la venta de manera directa. Dentro del mercado Riva Palacio también se encuentran canastas artesanales que son vendidas por intermediarios, los cuales llegan a dar precios más económicos, aunque la calidad del producto no es la misma, pero depende del gusto y las necesidades de quien la compra. Otra forma de compra es haciendo peticiones directas con el artesano, con quien se puede hacer tratos especificando características y cantidad del producto.

El uso de la canasta artesanal hoy en día se encuentra plenamente identificado como parte de la vida de los consumidores, ya que han tenido relación con la misma a través de los años y de igual forma van creando la relación con las nuevas generaciones ya sea por la tradición o la satisfacción de gustos. Además de ser el medio de recomendación de su uso por precios que parecen adecuados, pero que no reflejan condiciones de trabajo de los artesanos y pocas son las personas que conocen el proceso de elaboración.

De los 44 consumidores encuestados, todos reconocen a la canasta como una artesanía representativa del municipio de Tenancingo, aunque no todos ubican el lugar de producción, ni conocen otros lugares de elaboración. No obstante, de acuerdo a lo mencionado por los entrevistados el Estado de México con Villa Guerrero, Tonatico, Zacualpan, Coatepec Harinas, Valle de Bravo, Temoaya y Toluca es el más emblemático. Otros estados mencionados fueron Querétaro, Puebla, Tlaxcala, Michoacán y Chiapas.

Los lugares de venta mencionados, independientemente de donde provenga la canasta fueron Toluca, Chalma, Tonatico, Malinalco, Valle de Bravo, Villa Guerrero, Zumpahuacán, Santiago, Coatepec Harinas, Zacualpan y Temoaya en el Estado de México.

Así mismo, se realizó una encuesta en línea para los alumnos del Centro Universitario UAEM Tenancingo como consumidores potenciales, con la finalidad de conocer la referencia y concepto que tienen de la canasta artesanal de Tenancingo, así como la disposición al pago (valor agregado) por cuestiones culturales. La finalidad fue determinar un mercado meta turístico. De esta forma, se identificó primero el gusto e importancia que representan las artesanías, se evaluó interés y posibilidades que le atribuyen a la canasta artesanal como recurso turístico del municipio, así como una cotización de precios de acuerdo al criterio de cada persona.

Los encuestados fueron en total 34. El lugar donde radican la mayoría fue Tenancingo, en menor cantidad Toluca, así como estudiantes de los estados de Puebla, Morelos y San Luis potosí. La edad tuvo un rango de entre 19 y 26 años, con preferencias en el tipo de viaje de manera cultural, seguido por el natural, sol y playa, ocio y diversión, negocios e investigación. El viaje lo realizan con amigos o familia, y en menor cantidad en pareja o grupo, por un tiempo promedio de tres a seis días de estancia, reconociendo que su principal motivo al realizar un viaje es la recreación, donde pueden descansar, tener vacaciones y conocimiento.

Los principales motivos de interés en el destino para este grupo de encuestados son los atractivos del lugar, seguido por su cultura, sin importar tanto los servicios que puedan ofrecer, la distancia o el costo. En su mayoría afirman tener un gusto por comprar artesanías de los lugares que visitan ya que representan cultura y trabajo de la población local, con lo cual consideran importante conservar las artesanías.

En general, los encuestados ubican la producción de la canasta artesanal de Tenancingo y les interesa conocer el proceso de elaboración, mostrando una apertura a su reconocimiento como recurso cultural que puede participar dentro de la actividad turística. Los usos pretendidos de la canasta se enfocaron en la decoración y valor cultural, como obsequio, recuerdo de algún evento social, medio para conservar usos tradicionales como ir de compras o por el mandado, regalo y ofrendas, que son parte de la cultura mexicana.

La cotización de precios responde al tamaño, mientras que la valoración cultural recayó en dimensionar el trabajo del artesano (Cuadro 8), sin embargo, para hacer un referente de su conocimiento sobre el tema se estableció un máximo de precios de acuerdo a cada tamaño, de tal forma que alcance la máxima disposición de pago por medio de una subasta. Es decir, un mercado meta hipotético.

Cuadro 8. Precios por tamaño de canasta artesanal y disposición al pago por valoración cultural.

Tamaño de canasta	Cotización	Máximo a pagar
Pequeña	Entre \$45 y \$55 pesos	\$60, \$70 y \$100 pesos
Mediana	De \$80 a \$100 pesos	\$150, \$200 y \$300 pesos
Grande	De \$200 a \$280 pesos	\$300 y \$500 pesos

Fuente: Elaboración propia.

Las formas que se especificaron para adquirir la canasta artesanal son en 61% en el lugar actual de venta, un 26% en mercados locales y regionales, y un 11% en sucursales artesanales, dejando solo a 1 opinión con compra en línea.

7. Discusión

El municipio de Tenancingo contó con varias ramas artesanales y productos como lo son: los rebozo, muebles, pan, sillas tejidas, blancos, dulces, vitrales, medallas, cerámica, velas, talla en madera, repujado y pinturas al óleo, las cuales son representaciones de cultura que reproducen los artesanos, todas satisfaciendo necesidades. Lo diferente es la moda o gusto de las personas que hace a algunas artesanías sobresalir y a otras como la canasta necesitar de mayor impulso e información para valorarlas.

El análisis de bloques en torno a la cadena productiva de la canasta artesanal mostró el panorama de producción y consumo, donde los artesanos fueron los actores principales puesto que participan como productores, transformadores y comercializadores; son ellos quienes como transformadores realizan el proceso de cambio y representan la actividad central de ésta cadena.

El reconocimiento de la actividad que realiza el artesano canastero nos antepone el valor que representa su producto, para no solo comercializarlo de manera tradicional sino para diversificar sus alternativas de uso mediante la valoración como un producto cultural, lo que implica otorgarle la importancia de su preservación, donde no solo se presente como otro producto artesanal del municipio, porque eso está muy claro; sino como expresión con sentido de identidad hacia todas las personas, al estar involucradas directa o indirectamente con la actividad del artesano y obtener así una mejor cotización de precios al venderla en el mercado, puesto que al tener conocimiento de todo el proceso que implica la canasta, las personas lograrían tener la percepción de su importancia, al quedar plasmado en ella el trabajo de una persona con la identificación del lugar al que pertenece, representado desde la materia prima que utilizan, dando énfasis al aprendizaje llevado a cabo en el manejo del material a través de las generaciones.

La valoración dentro del turismo otorga complemento a esa importancia cultural que representa la canasta artesanal, ya que se vuelve un medio para conformar acciones encaminadas en relación a los artesanos y al lugar por medio de un producto comercial.

La adquisición de una canasta como recurso turístico cultural busca la valoración del conocimiento y trabajo, no solo del objeto, que abarata la mercancía por la dependencia de precios bajos. La actividad artesanal ha mostrado su imp⁷⁵ en el sostenimiento de los procesos de fabricación, heredados por la familia, que no obstante enfrentar distintas circunstancias, persiste su cultura.

El reconocimiento e identificación cultural-patrimonial de la canasta como artesanía por parte de instituciones gubernamentales y privadas es una de las ventajas que debe ser aprovechada, pero es responsabilidad de las instituciones generar los mecanismos de acercamiento real al artesano que concrete su promoción, acceso a capacitación y financiamientos, con esto mejorar la comercialización de los productos. En este sentido, el gobierno municipal debe otorgar congruencia a los objetivos de una actividad turística que puede ser viable para valorar y consumir canasta artesanal.

Sin embargo, la falta de relación con las instituciones por parte de los artesanos canasteros limita concretar beneficios para ambas partes, porque para los productores implica restar tiempo a su trabajo, ser vistos como informantes o estadísticas y al final no obtener ningún beneficio, lo que direcciona el desinterés del artesano para relacionarse.

Así mismo, la ausencia de asociación entre actores limita la valoración cultural, laboral y económica de la canasta artesanal y en una competencia de mercados tradicionales o locales cada vez más difícil de enfrentar.

La canasta artesanal dentro de una actividad turística cultural en el municipio de Tenancingo debe sortear primero la unión de actores con los cuales se puedan concretar acciones, inversión y continuidad, para conferir valor agregado en base a una cultura que se cristaliza en elaboración y consumo.

8. Conclusiones

La elaboración y venta de canasta artesanal en el municipio de Tenancingo está ligada a la tradición y costumbres de la población. Los artesanos canasteros radican en la localidad, la obtención de materiales proviene del entorno natural y el comercio define un lugar que ha perdurado por años para realizar la venta, donde la gente encuentra y ubica la canasta con un consumo que se asume coloquial, pero que solo conoce un producto final.

La canasta de Tenancingo como artesanía es un objeto representativo, impregnado de habilidad y cultura que puede coordinarse con la actividad turística para expandir los beneficios a los actores. Basta decir que elaborar una canasta a partir de fibras vegetales es una auténtica representación de cultura, donde están inmersos diversos factores de desarrollo humano a través de la historia y legado cultural que se transmite por herencia, pero más importante aun es que representa una forma de vida palpable.

El consumo de la canasta artesanal en el municipio está relacionado con personas que le confieren una utilidad tradicional inmersa en las costumbres, pero pocas personas aprecian sus posibilidades de diversidad funcional; tanto artesanos como consumidores no han dado paso a más alternativas de uso y satisfacción de necesidades que hagan frente a una diversidad de productos similares o sustitutos con precios más bajos, hechos con otros materiales y mediante procesos que no tienen relación alguna con la base cultural.

La presencia de instituciones respalda labor y producto, en este caso de la canasta artesanal con acciones de promoción y valoración como un sustento más para la comercialización, sin embargo, se deben crear sinergias entre gobierno y actores, si se quiere seguir contando con una de las actividades económicas más emblemáticas de la región, en su significado de fuente de trabajo y valores culturales.

La canasta artesanal se definiría como un recurso cultural de Tenancingo, a la vez un producto tangible con elementos intangibles que enfrenta desinterés de la población, limitantes para su reproducción y consumo por condiciones de industrialización, de gustos, preferencias, modas y hasta externalidades como los factores climáticos. De forma hipotética, la menor demanda de la canasta artesanal genera el abandono del oficio y con ello de la cultura, por ende el riesgo de perder una actividad tradicional.

Para el artesano no hace falta vender más; sino que su canasta obtenga la remuneración adecuada por la labor que representa su trabajo, lo cual implica conocer las actividades que sustentan el valor que el productor deriva hacia su fabricación y la relación con su entorno.

La canasta artesanal como recurso cultural comercial busca satisfacer necesidades igualmente culturales, por ello una posibilidad de incrementar ventas es mediante la actividad turística, que podría ser una base también de promoción y valoración, transformando un objeto que a veces parece genérico en uno que puede representar tradición y cultura.

La canasta como recurso turístico cultural del municipio de Tenancingo se prevé como alternativa de uso, fortalecimiento de la actividad artesanal y desarrollo económico. En este sentido, la comercialización debe significar elementos de entorno y sociales, así como convergencia de pasado y presente.

La unión entre artesanos, población e instituciones puede dar paso a la conformación de acciones y de información de la canasta artesanal, ya que no solo es saber de su existencia; sino apreciar y transmitir sus valores a partir de la compra.

9. Referencias bibliográficas

- Acerenza, M., (2006) *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*. Editorial Trillas. México, 116p.
- Anaya, J., (2005). *El estudio del turismo a partir de la teoría de los campos de Pierre Bourdieu*, en: Palafox Muñoz, A. (coordinador) *Turismo: Teoría y Praxis*, pp. 29-37. 1ra Edición, 2005. Editorial Plaza y Valdés - Universidad de Quintana Roo, México. Grupo Académico de Turismo.
- Ávila, R., (2007) *Turismo Cultural en México. Alcances y perspectivas*. Editorial Trillas. México, 112 p.
- Bouchart, D., (2004) *Índice UNESCO. Artesanía – Turismo*. Sección de Artes, Artesanía y Diseño. División de Artes e Iniciativas Culturales. París, mayo de 2004. 46 p. [Acceso el 17 de noviembre de 2011]
- Cárdenas, F., (1999) *Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados*. Tercera Edición. Editorial Trillas. México, 150 p.
- Cárdenas, F., (2001) *La segmentación del Mercado Turístico. Comercialización y Venta*. Segunda Edición. Editorial Trillas. México, 114p.
- Cardini, L., (2005) *Las puestas en valor de las artesanías en Rosario: pistas sobre su aparición patrimonial* en Cuadernos de Antropología Social. N° 21, pp. 91-109, 2005. Universidad Nacional de Rosario. [Acceso el 25 de septiembre de 2012]
- Cermeño, L., (2008a) *La artesanía popular tradicional en las Tunas. Técnicas del tejido con fibras: Rasgos y elementos distintivos*. (Primera parte). Centro Universitario de las Tunas. 10 p. [Acceso el 2 de junio de 2013]
- Cermeño, L., (2008b) *La artesanía popular tradicional en las Tunas. Técnicas del tejido con fibras: Rasgos y elementos distintivos*. (Segunda parte). Centro Universitario de las Tunas. 9 p. [Acceso el 31 agosto de 2011]
- Cermeño, L., (2009) *Las Tunas, escenario de una tradición artesanal*. (Primera parte). Centro Universitario de las Tunas. 11 p. [Acceso el 2 de junio de 2013]

- Cestur, Centro de Estudios Superiores en Turismo., (2012) *El turismo Cultural en México. Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México.* [Acceso el 19 de julio de 2012]
- Cobos, V., (2005) *Comercialización de artesanías a través de un punto de venta*, Tesis de Licenciatura. Departamento de Ciencias Tecnológicas. Escuela Politécnica del Ejército. Quito, Ecuador. 113 p. [Acceso el 1 de septiembre de 2011]
- CONACULTA, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes., (2013) Dirección General de Culturas Populares, portal de internet. México, Secretaría de Educación Pública. [Acceso el 30 de junio de 2013] Disponible en: <http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/cp/>
- Coordinación Nacional de Patrimonio Cultural y Turismo, CONACULTA., (2013) *Patrimonio Cultural Inmaterial y Turismo: Salvaguardia y Oportunidades.* [Acceso el 30 de junio de 2013] Disponible en: http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/pat_inmaterial.pdf
- Cortés, E. y Rodríguez C., (1999) *Tejedores de la naturaleza. La cestería en cinco regiones de México.* Primera Edición. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México, D. F., 179p.
- De Dios, L., (2005) *Pasado, presente y futuro de la artesanía.* Fundación Española para la innovación de la Artesanía, 6 p. [Acceso el 6 de septiembre de 2011]
- Estrada, M., (2003) *Danzas Tradicionales de Tenango de Arista: Recurso Cultural Turístico del Edo, de Méx.* Tesis de licenciatura. Toluca, Estado de México. Departamento de Turismo Universidad Autónoma del Estado de México.
- Fomento Cultural Banamex; portal de internet., (2013) México. Disponible en: <http://www.fomentoculturalbanamex.org/> [Acceso 16 de junio de 2013]

- FONART, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías., (2009) *Diagnóstico de la capacidad de los artesanos para generar ingresos sostenibles*. SEDESOL. México, D.F., mayo de 2009. 45 p. [Acceso el 1 de noviembre de 2012]
- FONART, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías; portal de internet., (2010) Disponible en: <http://www.fonart.gob.mx/web/index.php> [Acceso el 8 de septiembre de 2011]
- FONART, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías., (2010) La cestería de origen milenario. [Acceso el 8 de septiembre de 2011] Disponible en: http://www.fonart.gob.mx/web/index.php?option=com_content&view=article&id=115
- García, N., (2007) *Culturas populares en el capitalismo*. Editorial Grijalbo. México.
- García, R., (2013) *La Cestería Veracruzana. Tradición flexible y resistente*. Gobierno del Estado de Veracruz. [Acceso el 22 de junio de 2013] Disponible en: <http://portal.veracruz.gob.mx/pls/portal/docs/PAGE/COVAP/DIFUSION/PUBLICACIONES/PARAPDF/LA%20CESTER%CDA.PDF>
- Gobierno del Estado de Hidalgo (2013) *Artesanías. La Artesanías Hidalguense*. [Acceso el 24 de junio de 2013] Disponible en: <http://www.hidalgo.gob.mx/estado/artesantias.html#>
- Gobierno del Estado de México (2011) *Plan de Desarrollo del Estado de México 2005-2011*. [Acceso el 6 de septiembre de 2011] Disponible en: www.edomex.gob.mx/desarrollosocial/doc/pdf/plandesarrollo.pdf
- Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (2011) *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 de los Estados Unidos Mexicanos*. Disponible en: http://www.snieg.mx/contenidos/espanol/normatividad/marcojuridico/PND_2007-2012.pdf [Acceso el 6 de septiembre de 2011]
- González, S. E., (2002) *Turismo, beneficio para todos*. Editorial Siglo XXI. México, 89p.

- Hernández, J.; Domínguez, Ma. L. y Caballero M., (2007) *Factores de Innovación en Negocios de Artesanías de México* en Gestión y Política Pública. Volumen XVI, Número 2, II Semestre de 2007, pp. 353-379. [Acceso el 24 de junio de 2013] Disponible en: [http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.XVI_No.II_2dosem/De la Paz Hernandez-Dominguez y Caballero.pdf](http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.XVI_No.II_2dosem/De_la_Paz_Hernandez-Dominguez_y_Caballero.pdf)
- Hernández, J.; Domínguez Ma. L. y Ramos A., (2002) *Canales de distribución y competitividad en artesanías* en Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad. Vol. IX. No. 25, Septiembre/diciembre de 2002, pp. 143-164. [Acceso el 24 de junio de 2013] Disponible en: <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/espiral/espiralpdf/Espiral%2025/143-164.pdf>
- Heyden, D. y Camacho P., (2004) *Guía Metodología para el Análisis de Cadenas Productivas*. CICDA Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola, Lima, Perú, junio de 2004. 90 p. [Acceso el 11 de septiembre de 2012]
- IIFAEM, Instituto de Investigación y Fomento a las Artesanías del Estado de México; portal en internet., (2011) Disponible en: <http://portal2.edomex.gob.mx/iifaem/index.htm> [Acceso el 20 de agosto de 2011]
- INAFED, Instituto para el Federalismo y el Desarrollo Municipal., (2010) *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de México, Tenancingo*. SEGOB, Secretaría de Gobernación. Disponible en: http://www.e-local.gob.mx/wb/ELOCAL/EMM_mexico [Acceso el 8 de octubre de 2010]
- López, J., (2001) *Tenancingo, Monografía Municipal*. Primera reimpresión 2001. Instituto Mexiquense de Cultura. Toluca, Estado de México, 124 p.
- Martínez, I., (2000) *Importancia Cultural y Turística de la Feria del Alfeñique en la Ciudad de Toluca*. Tesis de licenciatura. Toluca, Estado de México. Departamento de Turismo. Universidad Autónoma del Estado de México.

- Molina, S. y Rodríguez S., (2005) *Planificación Integral del Turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. Editorial Trillas. México, 104 p.
- NAFIN, Nacional Financiera; portal de internet., (2008) Disponible en: <http://www.nafin.com/portalfn/content/home/home.html> [Acceso el 25 de mayo de 2013]
- Novelo, V., (2002) *Ser indio, artista y artesano en México* en Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad. Vol. IX. No. 25, septiembre/diciembre de 2002, pp. 165-178. [Acceso el 17 de noviembre de 2011]
- Orozco, F., (1998) *Las artesanías como recurso turístico de San Antonio de la Isla, Edo. De Méx.* Tesis de licenciatura. Toluca, Estado de México. Departamento de Turismo. Universidad Autónoma del Estado de México.
- ProMéxico, Inversión y Comercio, Secretaría de Economía., (2010) *Las tradicionales artesanías mexicanas*. [Acceso el 8 de septiembre de 2011] Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/productos-mexicanos/las-tradicionales-artesantias-mexicanas.html>
- Ramos, D.; Muñón, E. y Carderon A., (2000) *Artesanía, una producción local para mercados globales. El caso de Amatenango del Valle, Chiapas México*. Pontificia Universidad Javeriana. Seminario Internacional, Bogotá, Colombia. Agosto de 2000. [Acceso el 26 de junio de 2013] Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf>
- Rebolledo, L., (1992) *Cestería de Huentelolen, Cestería Mapuche*. Ediciones CEDEM, Colección Artes y Oficios N°4, Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer, Edición web, División de Cultura, diciembre de 2001. Santiago de Chile. [Acceso el 3 de abril de 2013]
- Rojas, C.; Martínez, B.; Ocampo I. y Cruz J., (2010) *Artesanías Mixtecas, Estrategias de Reproducción y Cambio* en Revista de Estudios de Género. La ventana, vol. IV, núm. 31, 2010, pp. 102-138. Universidad de Guadalajara, México. [Acceso el 31 de agosto de 2011] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88415215006>

- Santana, A., (2003) *Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran* en PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol.1 N°1. 12 p. Disponible en: www.pasosonline.org [Acceso el 31 de agosto de 2011]
- SE, Secretaría de Economía., (2012) *Comercialización y exportación de Artesanías*. [Acceso el 29 de mayo de 2013] Disponible en: [www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/.../comercializacion de artesantias.pdf](http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/.../comercializacion_de_artesantias.pdf)
- SECTUR, Secretaría de Turismo., (2011) *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/PDF/PST2007-2012.pdf> [Acceso el 20 de agosto de 2011]
- SECTURE, Secretaría de Turismo del Estado de México; portal en internet., (2011). [Acceso el 20 de agosto de 2011] Disponible en: <http://portal2.edomex.gob.mx/sectur/index.htm?ssSourceNodeId=17574&ssSourceSiteId=sectur>
- Turok, M., (1988) *Como acercarse a la artesanía*. Primera Edición. Editorial Plaza y Valdés. México, D.F, pp. 9-48.
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura., (2009) *Artesanía y Diseño*. Disponible en: <http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php> [Acceso el 8 de octubre de 2010]
- UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura; portal de internet., (2011) Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002> [Acceso el 31 de agosto de 2011]
- Valencia, C., (2005) *Comercialización de productos artesanales*, Tesis de Licenciatura. Departamento de Ingeniería Industrial. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de ingeniería, Escuela Ingeniería Mecánica Industrial. 165 p. [Accesado el 11 de septiembre del 2011]
- Vázquez, L., (En prensa) *Fibras vegetales y sus artesanías en el Estado de México*.

- Vázquez, L. y Lagunes L., (2008) Palmas Brahea dulcis (Kunth) Mart. Y Sabal mexicana Mart. Recursos genéticos de México y sus usos. 1ra Edición 2008. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, Estado de México, 151p.
- Zapata, E. y Suárez B., (2007) *Las artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo* en Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable Ra Ximhai Vol. 3, Número 3, septiembre-diciembre, 2007, Universidad Autónoma Indígena de México, Mochicahui, el Fuerte, Sinaloa, pp. 591-620. Disponible en: www.uaim.ede.mx/webraximhai/Ej-09articulosPDF/ast%201%20Artesanas.pdf [Acceso el 24 de junio de 2013]

10. Anexos

10.1 Encuesta aplicada a consumidores de canasta real.

Lugar de Residencia _____ Ocupación _____

Edad _____ Género M F

1.- Tiempo que lleva comprando la canasta

Es 1ra vez Menos de 1 años Entre 2 y 6 años De 7 a 12 años

De 13 a 20 años Alrededor de 30 años Desde siempre

2.- Frecuencia con la que compra la canasta

Semanal Quincenal Mensual Trimestral Semestral Anual
Eventual

3.- Motivos para comprar una canasta

Tradiciones Preferencia Comodidad Por gusto Para regalar

Otro _____

4.- Lugar donde la compra

Locales del mercado En la Capilla de Jesús Con el artesano En tienda

5.- ¿Considera útil el uso de la canasta como parte de su vida?

Si No Solo como un gusto

6.- ¿Recomendaría el uso de la canasta?

Si No

7.- ¿Considera adecuado el precio de la canasta?

Si No A veces

8.- ¿Para usted la canasta representa una artesanía del municipio de Tenancingo?

Si No

9.- ¿Conoce el proceso de elaboración de la canasta? (quién, cómo, dónde y por qué)

Si No Un poco

10.- ¿Conoce otros lugares donde se elaboren canastas?

Si No

11.- ¿Cómo cuáles?

12.- ¿Conoce otros lugares donde se vendan canastas?

Si No

13.- ¿Cómo cuáles?

10.2 Encuesta aplicada para determinar mercado turístico.

Lugar de residencia_____ Ocupación_____

Edad____ Género M F

1.- ¿Qué tipo de viaje prefiere realizar?

Sol y playa Cultural Natural Negocios Ocio y diversión

2.- Forma en que más realiza sus viajes

Familiar Amigos Pareja Solo Grupo

3.- Tiempo promedio de estancia en sus viajes

De 1 a 2 días De 3 a 6 días De 7 a 12 días Más de 13 días

4.- ¿Cuál es su principal motivo para hacer viajes?

Descanso Recreación Vacaciones Salud
Conocimiento Trabajo

5.- Motivos de interés para visitar un lugar

Servicios Atractivos Cultura Trato
Distancia Precio

6.- ¿Le gusta comprar artesanías?

Si No

7.- ¿Qué representan para usted las artesanías?

Trabajo Cultura Negocio Souvenir Gasto

Otro_____

8.- ¿Considera importante conservar las artesanías?

Si No

9.- ¿Conoce la canasta artesanal que se elabora en el municipio de Tenancingo de Degollado en el Estado de México?

Si No

10.- ¿Ha visitado el municipio de Tenancingo?

Si No

11.- Motivos de su visita

Familiares Recreación Turismo De paso Comercio Trabajo

12.- ¿Le interesaría conocer el municipio de Tenancingo Edo. Méx. y su la elaboración de canastas artesanales?

Si No

13.- ¿Qué usos le daría a la canasta artesanal?

Para ir de compras Decoración Obsequio Para la ofrenda de Día de muertos

Recuerdo de evento social Como regalo tradicional a padrinos

Otro_____

14.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una canasta artesanal de Tenancingo?

	Precio 1	Precio 2	Precio 3	Precio 4	¿Cuánto más pagarías?
Tamaños					
Pequeña	\$35	\$40	\$45	\$55	
Mediana	\$80	\$90	\$100	\$120	
Grande	\$200	\$220	\$250	\$280	

15.- ¿Cómo prefiere adquirir una canasta artesanal?

Comprar en el lugar tradicional

Adquirir en línea

Comprar en sucursales artesanales

En mercados locales o regionales

Tiendas especializadas

Tiendas departamentales

Otro _____