



LA IDENTIDAD COMO FACTOR POTENCIAL EN LA CREACIÓN Y EMPRENDIMIENTO DE LA ARTESANÍA MEXICANA

MA EUGENIA SANCHEZ RAMOS¹, Diana del Consuelo Caldera González¹ y Laura Elena Zárate Negrete¹

¹ Universidad de Guanajuato. sanchez.me@ugto.mx

La artesanía como actividad productiva, a la vez que objeto de consumo, se caracteriza por ser un vehículo de transmisión de distintos contenidos culturales e históricos que van más allá de la mercancía; este concepto tiene tres líneas de interpretación: como objeto artístico, parte del patrimonio cultural y tradicional de los pueblos aunado al refuerzo de la identidad y proliferación de empleo y divisas; como una actividad de producción artesanal familiar; y por último como manifestaciones de la cultura de las clases que refleja sus condiciones de vida y su interacción conflictiva con sectores hegemónicos. El comercio de las artesanías por tanto; es una práctica que tiene la finalidad de transmitir y mantener las raíces culturales e identidad de las naciones a través de las personas extranjeras y los mismos habitantes además de contribuir económicamente mediante la generación de empleos.

El objetivo de esta investigación es profundizar y exponer el proceso de diseño, elaboración, y comercialización de bolsos de piel de la en un caso de estudio ubicado en León, Gto., además de considerar una propuesta para mejorar su marketing. La metodología implementada es el estudio de caso, empleando observación directa y entrevista a informantes clave para identificar las áreas de intervención organizacional. Los resultados obtenidos de los instrumentos de evaluación mostraron que se requiere de una propuesta que permita posicionar el producto en el mercado a través de la exposición de referentes culturales lo cuál tiene un impacto visual en lo referente a color y forma, utilización del marketing electrónico y alianzas con tiendas artesanales.