

6-10-2016

COMPETITIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR ARTESANAL TEXTIL, UNA NUEVA PROPUESTA

Norma Arely Zuñiga Espinosa

Follow this and additional works at: http://digitalrepository.unm.edu/el_centro_feim

Recommended Citation

Zuñiga Espinosa, Norma Arely. "COMPETITIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR ARTESANAL TEXTIL, UNA NUEVA PROPUESTA." (2016). http://digitalrepository.unm.edu/el_centro_feim/22

This Article is brought to you for free and open access by the El Centro de la Raza at UNM Digital Repository. It has been accepted for inclusion in 1er Foro Estudiantil Indígena Mexico by an authorized administrator of UNM Digital Repository. For more information, please contact amywinter@unm.edu.



RED DE MUJERES INDÍGENAS DEL ESTADO DE HIDALGO (RMIEH)



1er Foro Estudiantil Indígena México – Estados Unidos

COMPETITIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR ARTESANAL TEXTIL, UNA NUEVA PROPUESTA

Zúñiga Espinosa Norma Arely¹

¹Maestría en Dirección de Mercadotecnia PNCP Conacyt, Universidad de Guadalajara, Centro de Ciencias Económico Administrativas.

normarely051010@gmail.com y norma.esponosa90@outlook.com

Resumen:

En términos generales, las artesanías textiles que hacen nuestros pueblos indígenas como parte de una cultura y vestimenta tradicional, resulto atractiva para el resto del mundo. Sin embargo, estas prácticas pasaron a ser una fuente importante de ingresos para los hogares y sobre todo una actividad para la mujer donde podía apoyar a la economía familiar.

Lamentablemente esta situación no ha funcionado de buena manera, puesto que las artesanías son mal remuneradas, poco valoradas por parte del mercado. Por otro lado tenemos que las prácticas se están perdiendo generacionalmente y ahora genera problemas entre las artesanas. Diversos factores afectan a los productores de la artesanía textil (bordados, teñidos, tejidos, etc.), pero existe otro factor fuera de los productores que tienen alto éxito comercial, rentabilidad y sobre todo posicionamiento en el mercado.

Es en ese momento donde decido investigar la competitividad de las artesanías textiles de hidalgo y sobre todo identificar aquellos factores comerciales de los que carecen los artesanos para poder competir comercialmente con aquellos casos que están teniendo éxito. Además de identificar una propuesta que se adapte a las necesidades reales de los artesanos.

La presente ponencia busca despertar en interés de aquellos que estudian el mundo comercial de las artesanías y emprendimiento indígena y como las estrategias de mercadotecnia puede ayudar al rescate y protección de nuestros pueblos indígenas, al igual que las prácticas culturales que estos realizan.



**RED DE MUJERES INDÍGENAS DEL ESTADO DE
HIDALGO (RMIEH)**



1er Foro Estudiantil Indígena México – Estados Unidos