



Religación
Press

Jorge Arturo Velázquez Hernández
Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo
Fátima Soledad González Hernández
Coordinadores



Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato



Manual de fortalecimiento sostenible

para la obrajería en Coroneo, Guanajuato

Jorge Arturo Velázquez Hernández
Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo
Fátima Soledad González Hernández

Coordinadores

Quito, Ecuador
2025

***Sustainable Strengthening Manual for Textile Craft
in Coroneo, Guanajuato***

***Manual de fortalecimento sustentável para o
artesanato têxtil em Coroneo, Guanajuato***

Religación Press

[Ideas desde el Sur Global]

Equipo Editorial / Editorial team

Ana B. Benalcázar

Editora Jefe / Editor in Chief

Felipe Carrión

Director de Comunicación / Scientific Communication Director

Melissa Díaz

Coordinadora Editorial / Editorial Coordinator

Sarahi Licango Rojas

Asistente Editorial / Editorial Assistant

Consejo Editorial / Editorial Board

Jean-Arsène Yao, Dilrabo Keldiyorovna Bakhronova, Fabiana Parra, Mateus Gam-
ba Torres, Siti Mistima Maat, Nikoleta Zampaki, Silvina Sosa

Religación Press, es parte del fondo editorial del Centro de Investigaciones CICSHAL-
RELIGACIÓN | Religación Press, is part of the editorial collection of the CICSHAL-
RELIGACIÓN Research Center |

Diseño, diagramación y portada | Design, layout and cover: Religación Press.

CP 170515, Quito, Ecuador. América del Sur.

Correo electrónico | E-mail: press@religacion.com

www.religacion.com

Disponible para su descarga gratuita en | Available for free download at | <https://press.religacion.com>

Este título se publica bajo una licencia de Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

This title is published under an Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license.



Derechos de autor | Copyright: *Religación Press, Jorge Arturo Velázquez Hernández, Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo, Fátima Soledad González Hernández; Nury Diana Contreras Espinosa, Francisco Javier Elizondo Sánchez, Darwin Ordoñez Iturralde cuando se publique.*

Primera Edición | First Edition: 2025

Editorial | Publisher: *Religación Press*

Materia Dewey | Dewey Subject: 338 - Producción

Clasificación Thema | Thema Subject Categories: *KND - Industrias manufactureras / RND - Política y protocolos medioambientales / KJU - Teoría y comportamiento organizativos*

BISAC: BUS072000

Público objetivo | Target audience: *Profesional / Académico / Professional / Academic*

Colección | Collection: *Economía*

Soporte | Format: *PDF / Digital*

Publicación | Publication date: 2025-10-28

ISBN: 978-9942-561-81-7

Título: *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*

[APA 7]

Velázquez Hernández, J. A., Villanueva Cornejo, R. del C., & González Hernández, F. S. (Coordinadores). (2025). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. Religación Press. <https://doi.org/10.46652/ReligacionPress.350>

Revisión por pares

La presente obra fue sometida a un proceso de evaluación mediante el sistema de dictaminación por pares externos bajo la modalidad doble ciego. En virtud de este procedimiento, la investigación que se desarrolla en este libro ha sido avalada por expertos en la materia, quienes realizaron una valoración objetiva basada en criterios científicos, asegurando con ello la rigurosidad académica y la consistencia metodológica del estudio.

Peer Review

This work was subjected to an evaluation process by means of a double-blind peer review system. By virtue of this procedure, the research developed in this book has been endorsed by experts in the field, who made an objective evaluation based on scientific criteria, thus ensuring the academic rigor and methodological consistency of the study.

Sobre los coordinadores

About the coordinators

Jorge Arturo Velázquez Hernández

Doctor en Administración, Doctorante en Docencia y Educación Artística, Maestro en Educación Basada en Competencias y Licenciado en Comunicación. Profesor de Tiempo Completo Nivel 7, Docente-Investigador de la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro y Coordinador de la Licenciatura en Docencia de las Artes campus San Juan del Río. Perfil PRODEP, Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México (SNI) como Candidato a Investigador Nacional. Miembro del Cuerpo Académico en Consolidación “Emprendimiento Rural” con la línea de investigación “Educación Rural”, Miembro del Consejo Científico de Yachana Revista Científica perteneciente a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador, Miembro del CEELFAA (Comité Evaluador de la Experiencia Laboral y Formación Autodidacta de las Artes). Cuenta con 12 años de experiencia impartiendo cátedra a nivel Maestría, Licenciatura y Educación Media Superior. Conferencista Magistral Nacional e Internacional, Ponente Nacional e Internacional, Autor y Coautor de Artículos de investigación, Libros y Capítulos de libros nacionales e internacionales.

Universidad Autónoma de Querétaro | San Juan del Río | México
<https://orcid.org/0000-0003-4944-1205>
jorge.arturo.velazquez@uaq.mx
jorgeuaq4@gmail.com

Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo

Licenciada en Psicología por la Universidad Intercontinental, Especialidad como Orientador Humanista por el Instituto Humanista de Psicoterapia Gestalt, y Maestrante en Intervención Educativa de la Universidad Intercontinental. Cuenta con experiencia docente de más de 20 años y 25 años en el área clínica y educativa. Actualmente es docente en la Licenciatura de Docencia de las Artes campus San Juan del Río.

Universidad Autónoma de Querétaro | Querétaro | México
<https://orcid.org/0009-0003-8893-2653>
rebeca.villanueva@uaq.mx
rebeca.villanueva@uaq.edu.mx

Fátima Soledad González Hernández

Licenciada en Fisioterapia por la Universidad Autónoma de Querétaro con más de diez años de experiencia en el ámbito clínico y siete años como docente en las Licenciaturas en Enfermería y en Docencia de las Artes. En la actualidad coordina el Departamento de Tutorías en la Facultad de Enfermería, y ha cursado diplomados en Rehabilitación Neurológica y en Osteopatía Estructural.
Universidad Autónoma de Querétaro | San Juan del Río | México
<https://orcid.org/0009-0005-4493-7203>
fatima.gonzalez@uaq.mx

Autores/as:

Jorge Arturo Velázquez Hernández, Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo, Fátima Soledad González Hernández; Nury Diana Contreras Espinosa, Francisco Javier Elizondo Sánchez, Darwin Ordoñez Iturralde

Resumen

El Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato propone diversas estrategias para preservar y revitalizar una tradición artesanal ligada a la identidad cultural del municipio. La obrajería, transmitida de generación en generación, constituye no solo una técnica productiva, sino también un patrimonio intangible que refleja creatividad, historia y resiliencia comunitaria. El presente manual plantea un equilibrio entre tradición e innovación mediante la incorporación de nuevas formas, colores y tecnologías que fortalezcan la competitividad y sostenibilidad de la actividad sin perder su esencia cultural. Asimismo, se incluyen orientaciones sobre prevención de riesgos laborales para los artesanos, estudios de caso inspiradores y propuestas de desarrollo sostenible que pueden replicarse en otras comunidades, pues la finalidad es potenciar la obrajería como motor cultural y económico para fomentar su permanencia en un contexto globalizado y posicionarla como ejemplo de cómo la artesanía puede reinventarse sin renunciar a su herencia histórica.

Palabras clave:

Artesanía; Desarrollo Sostenible; Patrimonio Cultural; Innovación Tecnológica; Comunidades Rurales.

Abstract

The Sustainable Strengthening Manual for Obrajería in Coroneo, Guanajuato, proposes various strategies to preserve and revitalize an artisanal tradition linked to the municipality's cultural identity. Obrajería, passed down from generation to generation, constitutes not only a productive technique but also an intangible heritage that reflects creativity, history, and community resilience. This manual seeks to balance tradition and innovation by incorporating new forms, colors, and technologies that strengthen the activity's competitiveness and sustainability without losing its cultural essence. It also includes guidelines on occupational risk prevention for artisans, inspiring case studies, and sustainable development proposals that can be replicated in other communities. The goal is to promote obrajería as a cultural and economic engine to foster its survival in a globalized context and position it as an example of how craftsmanship can reinvent itself without renouncing its historical heritage.

Keywords:

Crafts; Sustainable Development; Cultural Heritage; Technological Innovation; Rural Communities.

Resumo

O Manual de Fortalecimento Sustentável para a Tecelagem em Coroneo, Guanajuato propõe diversas estratégias para preservar e revitalizar uma tradição artesanal ligada à identidade cultural do município. A tecelagem, transmitida de geração em geração, constitui não apenas uma técnica produtiva, mas também um patrimônio intangível que reflete criatividade, história e resiliência comunitária. O presente manual estabelece um equilíbrio entre tradição e inovação por meio da incorporação de novas formas, cores e tecnologias que fortaleçam a competitividade e a sustentabilidade da atividade sem perder sua essência cultural. Da mesma forma, são incluídas orientações sobre prevenção de riscos ocupacionais para artesãos, estudos de caso inspiradores e propostas de desenvolvimento sustentável que podem ser replicadas em outras comunidades, pois o objetivo final é potencializar a tecelagem como motor cultural e econômico para fomentar sua permanência em um contexto globalizado e posicioná-la como exemplo de como o artesanato pode se reinventar sem renunciar à sua herança histórica.

Palavras-chave:

Artesanato; Desenvolvimento Sustentável; Patrimônio Cultural; Inovação Tecnológica; Comunidades Rurais.

CONTENIDO

Revisión por pares	6
Peer Review	6
Sobre los coordinadores	8
About the coordinators	8
Resumen	10
Abstract	10
Resumo	11
Capítulo 1	22
El arte de cuidar: prevención de lesiones en la práctica artesanal	
Fátima Soledad González Hernández	
Capítulo 2	57
El arte de las formas: comunicando ideas en prendas	
Nury Diana Contreras Espinosa	
Capítulo 3	81
Innovación y tecnología	
Francisco Javier Elizondo Sánchez	
Capítulo 4	90
La magia del color	
Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo	
Capítulo 5	113
Marco legal para el proceso de exportación	
Darwin Ordoñez Iturralde	
Capítulo 6	143
Estrategias de mercadotecnia para resaltar el valor de las creaciones locales	
Jorge Arturo Velázquez Hernández	

TABLAS

Capítulo 1	22
Tabla 1. Clasificación de lesiones más comunes durante la práctica laboral.	30
Tabla 2. Componente musculoesquelético: Tendón	31
Tabla 3. Componente musculoesquelético: Articulación	31
Tabla 4. Componente musculoesquelético: Nervio	32
 Capítulo 2	 57
Tabla 1. 12 elementos geométricos	63
 Capítulo 4	 90
Tabla 1. Colores	98
Tabla 2. Colores cálidos	105

FIGURAS

Capítulo 1	22
Figura 1. Zonas de dolor	25
Figura 2. Carga de peso excesiva	34
Figura 3. Oreja en dirección al hombro	37
Figura 4. Barbilla hacia tu pecho	38
Figura 5. Brazo izquierdo a la altura de tu hombro	38
Figura 6. Brazo izquierdo por detrás de tu espalda	39
Figura 7. Brazo izquierdo a la altura de tu hombro	39
Figura 8. Brazo izquierdo a la altura de tu hombro y se queda estático	40
Figura 9. Dedo pulgar entre los demás dedos	40
Figura 10. Parado u brazo con vista al frente	41
Figura 11. Manos sobre el respaldo de una silla o pared	42
Figura 12. Posición de 4 puntos	42
Figura 13. Acostado boca arriba, flexiona ambas rodillas	43
Figura 14. Posición de 4 puntos apoyando en el piso manos	43
Figura 15. Posición de 4 puntos apoyando en el piso	44
Figura 16. La posición de parado	44
Figura 17. Acostado boca abajo, con una banda	45
Figura 18. Desde la posición de parado, adelanta la pierna derecha	45
Figura 19. Acostado boca arriba con las piernas flexionadas	47
Figura 20. Posición cuadrúpeda con los brazos extendidos	47
Figura 21. Acostado boca arriba con las piernas flexionadas formando con la cadera una especie de puente	48
Figura 22. Acostado boca abajo, inhalando	48
Figura 23. V con el cuerpo	49
Figura 24. Exhala y baja flexionando las rodillas	49
Figura 25. Exhala y lleva una de tus rodillas al pecho y regresa	50
Figura 26. Acostado boca abajo, extendiendo el tronco	51
Capítulo 2	51
Figura 1. La Línea	65
Figura 2. Forma	66
Figura 3. Objeto	67
Figura 4. Espacio	68
Figura 5. Tipografía	69

Figura 6. Textura	70
Figura 7. Color	71
Figura 8. Cuadrado o rectángulo	72
Figura 9. Triángulo	73
Figura 10. Círculo	74
Figura 11. Cruces	75
Figura 12. Bordados	76
Capítulo 4	90
Figura 1. Círculo de Geneva	94
Figura 2. Gama de colores cálidos y fríos	95
Figura 3. Gama de colores	96
Figura 4.	99
Figura 5. Colores favoritos	104
Capítulo 6	143
Figura 1. Las 7P del marketing.	148
Figura 2. Mezcla de mercadotecnia.	150
Figura 3. Artesanías.	158
Figura 4. Marcas	160

Introducción

Guanajuato se caracteriza por poseer una enorme tradición y cultura que se entrelazan con el desarrollo de la vida cotidiana, y en este estado, se encuentra Coroneo, un municipio pequeño pero significativo porque es conocido por su riqueza en artesanías y su legado en la obrajería. Este arte, transmitido de generación en generación, no solo refleja la habilidad de manos expertas, sino también la esencia misma de una comunidad que valora su historia y su identidad cultural.

El presente manual titulado "Fortalecimiento sostenible de la obrajería artesanal del municipio de Coroneo mediante formas, colores, tecnología e innovación", surge como una propuesta de ayuda e intervención con los artesanos del municipio de Coroneo. Este prólogo pretende ofrecer una visión preliminar de cómo se puede revitalizar y fortalecer una tradición tan arraigada, adaptándola a los tiempos modernos sin perder su esencia y conservando su importancia y legado pese a los cambios que se viven en la actualidad.

En este sentido, es esencial comprender que el arte de la obrajería en Coroneo no es simplemente una técnica, sino que es una forma de vida, pues cada pieza elaborada no solo lleva consigo un valor estético, sino también una historia, un relato cultural que se transmite a través de sus formas, colores y técnicas. Este patrimonio invaluable es el alma de la comunidad, y se ha convertido en testimonio de su creatividad y resiliencia.

Sin embargo, en un mundo que avanza a pasos agigantados en términos de tecnología y globalización, es menester encontrar un equilibrio entre la preservación de la tradición y la adopción de nuevas metodologías, por ello, la innovación no debe ser vista como una amenaza, sino como una oportunidad para enriquecer y expandir el alcance de la obrajería artesanal, esto debido a que la incorporación de nuevas tecnologías y técnicas puede abrir puertas

a mercados inéditos, mejorando la calidad del producto y ofreciendo nuevas formas de expresión artística.

Este libro se adentra en un análisis detallado de cómo se pueden integrar formas contemporáneas y colores innovadores en la obrajería, manteniendo el respeto por las técnicas tradicionales, además, también se otorgará conocimientos sobre la prevención de lesiones para los artesanos con el objetivo de que eviten lastimarse al momento de realizar sus artesanías. Por otra parte, se explorarán estrategias para incorporar la tecnología de manera que potencie el proceso creativo sin desnaturalizar el producto final. Asimismo, se ofrecen ejemplos y estudios de caso que ilustran cómo la innovación ha revitalizado otras formas de artesanía, sirviendo de inspiración para el contexto específico de Coroneo.

Finalmente, a través de estas páginas, se pretende no solo fortalecer la obrajería artesanal del municipio, sino también establecer un modelo de desarrollo sostenible que pueda ser replicado en otras comunidades similares donde desarrollen algún tipo de artesanía que haya sido heredada como tradición cultural y necesite rescatarse para evitar que desaparezca. Es importante recordar que la clave está en la sinergia entre tradición e innovación, pues esa fusión de lo antiguo y lo nuevo puede crear un futuro vibrante y prometedor.

Invitamos al lector a navegar en este viaje de redescubrimiento y renovación, a explorar las posibilidades infinitas que ofrece la convergencia entre arte y tecnología en combinación con las formas y colores que se pueden desarrollar e implementar en las artesanías, además, este texto sirve de guía, inspiración y herramienta para todos aquellos que deseen contribuir al resurgimiento de una tradición que, al mantenerse viva, continúa creando el tejido cultural de Coroneo y de México entero.

Bienvenido a un camino hacia el fortalecimiento sostenible de la obrajería artesanal, donde el pasado y el futuro se encuentran en

perfecta armonía para seguir compartiendo con los demás la riqueza cultural que posee el municipio de Coroneo.

Dr. Jorge Arturo Velázquez Hernández.

Profesor de Tiempo Completo Nivel 7.

Perfil PRODEP.

Facultad de Artes campus San Juan del Río.

Universidad Autónoma de Querétaro.

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI)

como Candidato a Investigador Nacional

Capítulo 1

El arte de cuidar: prevención de lesiones en la práctica artesanal

Fátima Soledad González Hernández

Resumen

Este módulo aborda los principales factores de riesgo presentes en el trabajo artesanal y su relación con las lesiones musculoesqueléticas más frecuentes. El objetivo es reconocer cómo las posturas forzadas, los movimientos repetitivos, el esfuerzo físico excesivo y las condiciones organizativas influyen en la aparición de trastornos que afectan músculos, tendones, articulaciones y nervios. Dado que los artesanos utilizan su cuerpo como principal herramienta están expuestos a lesiones que pueden disminuir su capacidad laboral e incluso generar discapacidades permanentes. El contenido incluye la identificación de trastornos musculoesqueléticos, la clasificación de lesiones, los factores de riesgo y las estrategias de prevención. Finalmente, se proponen medidas como mejorar la ergonomía del espacio de trabajo, realizar pausas activas, evitar cargas excesivas, usar equipo de protección y fortalecer el CORE, ya que estas acciones permiten reducir el dolor, evitar el avance de patologías y promover un entorno laboral más seguro y saludable para quienes practican oficios artesanales.

Palabras clave:
Factores de riesgo;
Lesiones;
Trastornos musculoesqueléticos;
Tratamiento preventivo.

González Hernández, F. S. (2025). El arte de cuidar: prevención de lesiones en la práctica artesanal. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 22-55). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c765>



Objetivo

Interpretar los principales factores de riesgo presentes durante las horas de jornada laboral, con el fin de definir y comprender los tipos de lesiones más comunes que pudieran ocurrir y a partir de este análisis, plantear estrategias preventivas que puedan ser implementadas para reducir el riesgo de dichas lesiones, promoviendo un entorno laboral más seguro y saludable.

Introducción

A menudo, el trabajo de los artesanos es subestimado, es importante tener en cuenta que la producción de cada una de sus piezas, representa para el artista la ocupación de mucho de su tiempo, esfuerzo y habilidad, teniendo como principal herramienta el uso de su propio cuerpo; además, la realización de esta labor, implica el uso de movimientos repetitivos, posiciones forzadas durante largos periodos de tiempo y cargas pesadas, trayendo como consecuencia un sinnúmero de lesiones musculoesqueléticas que pueden repercutir incluso de manera permanente en la calidad de vida de las personas que se dedican por completo a ello.

“El arte de cuidar: prevención de lesiones en la práctica artesanal”

Los artesanos son un pilar fundamental para la preservación del patrimonio cultural de la sociedad, su actuar muestra la diversidad de creencias, valores y tradiciones de cada comunidad, creando una identidad única e invaluable.

Son numerosos los desafíos y adversidades a los que se enfrentan los artesanos en un entorno global y altamente competitivo como lo son la fragilidad económica de los productores y las dificultades en la comercialización de los productos, sin embargo, existe un desafío

que es poco reconocido, pero que es de vital importancia y son las repercusiones negativas a la salud.

De acuerdo al Instituto Mexicano del Seguro Social, en México el 24.7% de las enfermedades de trabajo están relacionadas directamente con trastornos musculoesqueléticos, reduciendo la capacidad de trabajo y como consecuencia una menor productividad, así mismo, en algunos de los casos, este tipo de lesiones de no ser tratadas de manera adecuada y a tiempo, suelen ocasionar una discapacidad permanente que impide a la persona el seguir laborando y por lo tanto impactando directamente a la disminución de ingresos en el hogar y al aumento de costos para la salud.

El arte de cuidar: Prevención de lesiones en la práctica artesanal

Trastornos musculoesqueléticos

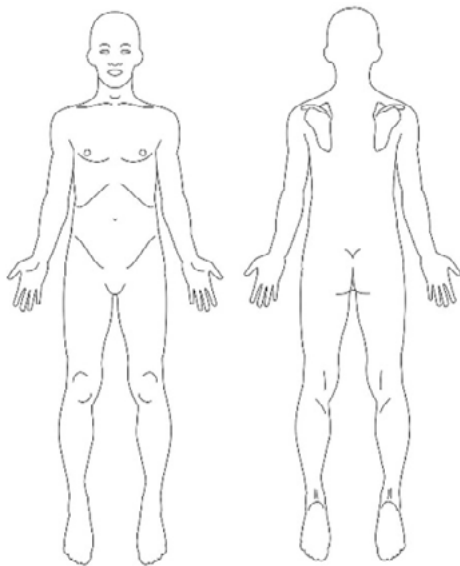
En el año 2004, la Organización Mundial de la Salud (OMS) define a los trastornos musculoesqueléticos como problemas de salud del aparato locomotor que abarcan: músculos, tendones, esqueleto óseo, cartílagos, ligamentos y nervios.

Este tipo de trastornos representan lesiones inflamatorias tanto agudas como crónicas y/o enfermedades degenerativas que provocan síntomas como el dolor, la disminución de los rangos de movilidad, radiculopatías, pérdida de fuerza muscular entre otras y qué, de no ser atendidas a tiempo, pueden terminar en complicaciones graves de salud para las personas que lo padecen, dañándolos de manera permanente y en muchas ocasiones desencadenando una discapacidad.

Actividad 1: identifica tus lesiones. *Tacha sobre la imagen las zonas donde reconozcas que usualmente tienes dolor ocasionado después del trabajo.*

Reflexiona y relaciona cada una de las zonas tachadas con una labor específica en tu trabajo que te pueda estar generando una lesión.

Figura 1. Zonas de dolor



Fuente: Gerd Altmann (s.f.).

Factores de Riesgo

La Organización Internacional del Trabajo establece que las lesiones laborales son consecuencia de las siguientes variables: el grado de sobrecarga física, es decir el grado de esfuerzo que excede la capacidad física o psicológica a la que está sometido la persona

durante su labor y su relación con el tiempo de descanso suficiente para recuperarse por completo; al tiempo e intensidad invertidos y que usualmente son excesivos, si la persona hace uso de músculos tónicos (músculos que se encargan de conservar posturas mantenidas por mucho tiempo) o de músculos fásicos (músculos dinámicos que se encargan de generar movimientos constantes) y del estado de salud y entrenamiento del trabajador, los cuales van a contribuir a reducir los riesgos de lesiones al encontrarse mejor preparados para los esfuerzos físicos o por el contrario, si no son óptimos, acelerar el proceso de desgaste, aumentando la capacidad de padecer alguna patología.

La Unidad de Salud Laboral de la Escuela Valenciana de Estudios de la Salud considera seis categorías de factores de riesgo de los trastornos músculo-esqueléticos.

1. Posturas forzadas.
2. Fuerza, esfuerzo y carga musculoesquelética
3. Trabajo muscular estático.
4. Trabajo muscular dinámico.
5. Agresores físicos.
6. Factores organizativos.

Posturas forzadas

Las posturas forzadas son aquellas formas que el cuerpo humano adopta de manera no natural y que lo condicionan a mantener a los músculos y demás tejidos blandos en contracción constante, con un mayor consumo de energía y vulnerables ante cualquier eventualidad, además de obligar a las articulaciones a ubicarse en una posición por encima de los límites óseos.

Algunos de los motivos por los cuales se originan las posturas forzadas son las labores que exigen estar de manera estática por tiempos prolongados y el trabajo con objetos o herramientas de difícil acceso o uso.

Las articulaciones que suelen estar más comprometidas son la columna cervical y lumbar y la articulación sacroilíaca, además de los músculos escalenos, trapecio, multifidos, dorsal ancho, cuadrado lumbar y glúteo medio.

- **Tipo de lesiones ocasionadas por posturas forzadas:** espasmos y contracturas.

Fuerza, esfuerzo y carga musculoesquelética

El termino se refiere a someter al cuerpo a una carga excesiva de acuerdo a sus posibilidades para levantar o trasladar algún objeto, y depende de las siguientes variantes: el peso, la forma y manera de manipulación del objeto, la ergonomía postural que se adquiera, tiempo de carga, características del camino para el traslado, aditamentos extra que se usen para dar soporte y estabilidad a la pelvis y el nivel de entrenamiento de la persona.

Las articulaciones que suelen estar más comprometidas son los hombros, columna lumbar, articulación sacroilíaca, cadera y rodillas, además de los músculos del manguito rotador, bíceps, trapecio, multifidos, cuadrado lumbar, dorsal ancho, transversal abdominal, glúteo mayor, cuádriceps e isquiotibiales.

- **Tipo de lesiones ocasionadas por cargas excesivas:** lesiones discales, lumbalgias, ciatalgias, espasmos, distensiones musculares y desgarres.

Trabajo muscular estático

Este tipo de trabajo exige al cuerpo a estar trabajando bajo una contracción constante y mantenida durante cierto periodo de tiempo sin un movimiento visible, normalmente son trabajos que demandan mucha concentración y precisión, provocando inflamación y desgaste en las articulaciones, siendo las más vulnerables la columna cervical, dorsal y lumbar y la articulación sacroilíaca; los músculos involucrados son los escalenos, trapecio, multifidos, cuadrado lumbar, glúteo mayor y medio y piriforme.

- **Tipo de lesiones ocasionadas por trabajo muscular estático:** lumbalgia, ciatalgia, sacroileítis.

Trabajo muscular dinámico

Este trabajo requiere que la persona este en constante movimiento gastando gran cantidad de energía, habilidad y destreza física y mental. Generalmente provocan lesiones de tejido blando por movimientos repetitivos en tendones y bursas, además de desgaste en las articulaciones de la muñeca, codo, hombro, cadera y rodillas.

- **Tipo de lesiones ocasionadas por trabajo muscular estático:** Tendinitis del manguito rotador, tendinitis de Quervain, síndrome del túnel del carpo, epicondilitis, bursitis y artrosis.

Agresores físicos

Los agresores físicos en el trabajo son factores a los que nos enfrenta el medio en donde nos desenvolvemos ya sea por el ambiente o por las herramientas que se utilizan, pueden ser de origen mecánico, de temperatura, luz, vibraciones, sonidos e impactos. Las partes del cuerpo que más están comprometidas son los pulmones, los órganos de los sentidos y articulaciones de la muñeca y dedos.

- **Tipo de patologías ocasionadas por los agresores físicos son:** EPOC, pérdida de la visión, oído y tacto e inflamación y desgaste de articulaciones.

Factores organizativos

Se refiere a las condiciones y estructuras bajo las cuales se planean y organizan las tareas e influyen en la eficiencia, productividad y salud del trabajador.

Algunos ejemplos son: Jerarquía de puestos, claridad de roles, distribución de trabajo, duración de turnos, sueldos, etc.

- **Enfermedades relacionadas a los factores organizativos del trabajo:** Estrés, síndrome de burnout, hipertensión arterial, intestino irritable, depresión, irritabilidad, ansiedad, insomnio.

Actividad 2

- a. Lee con atención el siguiente ejemplo que describe el trabajo de un artesano.
- b. Identifica los factores de riesgos a los que se está sometiendo el artesano del ejemplo.

Ejemplo	Factores de riesgo que identificas
Doña Lucía ha dedicado la mayor parte de su vida a la alfarería, un oficio que aprendió desde pequeña y que ha continuado por 45 años. En su taller pasa muchas horas sentada y en posiciones incómodas para su espalda, moldeando cada una de las piezas con la fuerza de sus brazos y habilidad de las manos que luchan constantemente con el frío y dureza del barro, además de mantener al tobillo en constante juego de flexión - extensión para mantener el torno en movimiento. El taller de Lucía cuenta con un espacio reducido para trabajar y no se encuentra correctamente ventilado, lo que ocasiona que constantemente este respirando el polvo y esmaltes. Suele tener mucho trabajo, pero ella sola se encarga de los pedidos y constantemente se siente presionada para poder hacer las entregas a tiempo.	-Posturas forzadas: -Fuerza, esfuerzo y carga: -Trabajo muscular estático: -Trabajo muscular dinámico: -Agresores físicos: -Factores organizativos:

Actividad 3. Reflexiona y clasifica los factores de riesgo a los que tu estas sometido a consecuencia de tu trabajo.

Tabla 1. Clasificación de lesiones más comunes durante la práctica laboral.

Componente musculoesquelético: Músculo		
¿Qué es?	Órgano capaz de contraer y relajar sus fibras.	
¿Cuál es su función?	Generar movimiento.	
Tipos de lesiones	Espasmo	Contracción repentina involuntaria del músculo al no estar preparado para un movimiento inesperado o una carga excesiva.
	Contractura	Tensión excesiva de un músculo casi siempre por mantener posturas forzadas o debilidad muscular.
	Desgarre	Ruptura de las fibras musculares ocasionadas principalmente por sobre uso.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Componente musculoesquelético: Tendón

Componente musculoesquelético: Tendón		
¿Qué es?	Tejido que conecta a los músculos con los huesos.	
¿Cuál es su función?	Responsable de traspasar la fuerza muscular al hueso para poder generar el movimiento.	
Tipos de lesiones	Tendinitis	Inflamación del tendón debido a microtraumatismos repetitivos.
	Tendinosis	Degeneración del tendón por lesión crónica.
	Tendinitis de manguito rotador.	Inflamación de los tendones de los músculos principales del hombro: supraespinoso, infraespinoso, subescapular, redondo menor.
	Tendinitis de Quervain	Inflamación de los tendones del pulgar a la altura de la muñeca debido al sobre uso del pulgar.
	Epicondilitis	Inflamación de los tendones por la parte lateral externa del codo.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Componente musculoesquelético: Articulación

Componente musculoesquelético: Articulación		
¿Qué es?	Unión de dos a más huesos	
¿Cuál es su función?	Soporte del peso del cuerpo humano y generación de movimiento en un trabajo en conjunto con los músculos.	
Tipos de lesiones	Bursitis	Inflamación del saco protector rico de líquido sinovial, su lesión se debe principalmente al sobre uso o golpe directo.
	Artrosis	Desgaste de la articulación, ocasionando un choque entre 2 o más huesos, debido a la sobre carga.
	Sacroileítis	Inflamación de la articulación entre el sacro y el íleon debido a posturas forzadas o mantenidas por mucho tiempo.
	Lumbalgia	Dolor con localización en la columna lumbar, gracias a posturas continuadas en el tiempo o trabajos con uso de fuerza excesiva.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Componente musculoesquelético: Nervio

Componente musculoesquelético: Nervio		
¿Qué es?	Fibra conductora de señales nerviosas, proveniente de sistema nervioso central.	
¿Cuál es su función?	Comunicación del sistema nervioso central con el resto del cuerpo.	
Tipos de lesiones	Lesiones discales	Lesión crónico-degenerativa en la columna, con dolor de tipo ardoroso y trastornos de la sensibilidad y fuerza, ocasionada principalmente por una compresión nerviosa, debido a posturas forzadas, cargas excesivas o movimientos repetitivos.
	Ciatalgia	Dolor focalizado en el glúteo y la parte posterior de la pierna a consecuencia de una compresión en nervio ciático a causa de posturas forzadas, cargas excesivas o movimientos repetitivos.
	Síndrome del túnel del carpo.	Compresión del nervio mediano a nivel de la muñeca, caracterizado por disminución de fuerza y movilidad, además de sensación de entumecimiento constante.

Fuente: elaboración propia.

Actividad 4. *Relaciona las columnas.*

A continuación, se presentan dos columnas: la primera contiene los componentes que conforman al sistema musculoesquelético o tipos de lesiones y la segunda, sus definiciones o funciones. Relaciona cada componente con su definición correspondiente, escribiendo en cada paréntesis la letra que corresponda.

Componente o lesión	Definición o función
A. Tendón	() Contracción muscular involuntaria aguda
B. Bursitis	() Inflamación del tendón del dedo pulgar de la mano
C. Sacroileítis	() Compresión del nervio mediano a nivel de la muñeca
D. Espasmo	() Inflamación de la articulación sacroilíaca

E. Articulación	() Unión de 2 o más huesos
F. Tendinitis de Quervain	() Desgaste de hueso por sobreuso.
G. Nervio	() Su lesión ocasiona trastornos de la sensibilidad y fuerza
H. Lesiones discales	() Unión de músculo con hueso
I. Síndrome del túnel del carpo	() Transmitir impulsos nerviosos
J. Artrosis	() Inflamación de saco lleno de líquido sinovial

Tratamiento preventivo

Un tratamiento preventivo de lesiones aplicado en la labor artesanal tiene como objetivo reducir el riesgo de desarrollar patologías directamente relacionadas a su ocupación. Se encargará de identificar los factores de riesgo involucrados y con ello desarrollar y promocionar prácticas beneficiosas que son pieza clave para reducir la aparición de lesiones y en caso de ya estar presentes, contribuir a la reducción del dolor e incluso a detener su avance. Sin embargo, hay que tener en cuenta, que cuando las lesiones ya están presentes, se necesitan tratamientos mucho más individualizados que aborden necesidades específicas y aseguren una recuperación exitosa.

Medidas para disminuir los factores de riesgo

Ergonomía del lugar de trabajo

El mobiliario y las herramientas con las que se trabaja, deberán de estar adaptadas para la persona que usualmente las utiliza respetando su postura normal, estas medidas toman en cuenta el ajuste de alturas, la colocación de banquillos, herramientas al alcance, etc.

- Al estar sentado, tus pies deben de alcanzar a tocar el piso y las rodillas a 90°. La cabeza, el cuello y la espalda deben de estar lo más rectos posibles.

- Al trabajar con las manos, el ángulo indicado para los codos es de 90°.
- La altura de las mesas de trabajo deberá de encontrarse entre los 71 a 79 cm.

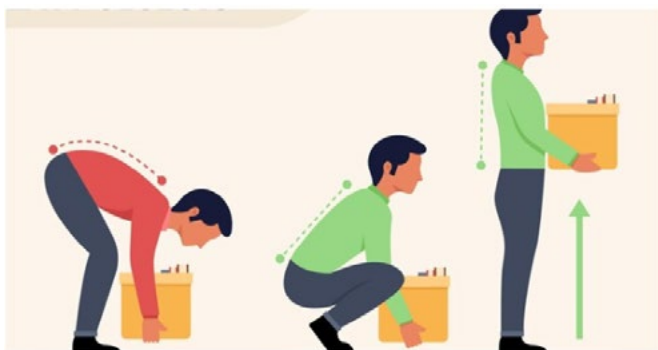
Pausas activas

Para evitar que las posturas forzadas o movimientos repetitivos causen alguna lesión y que se mejore el rendimiento del trabajador, es necesario realizar pausas durante su jornada laboral para que el trabajador descanse y tome su tiempo para mover o estirar el cuerpo. Tienen una duración de 10 minutos y se recomienda hacerla cada 2 o 3 horas.

Carga de peso excesivas

Las cargas de peso excesivas en el trabajo suelen ser una de los factores que predisponen a más lesiones musculoesqueléticas y patologías crónicas, es necesario en medida de lo posible, disminuir los pesos, enseñar a cargar de manera adecuada, uso de cinturones pélvicos (no fajas) y mantener una fuerza considerable de la musculatura, principalmente del CORE.

Figura 2. Carga de peso excesiva



Fuente: Freepik (s.f.).

Equipo de protección

El uso de un equipo adecuado y con el mantenimiento necesario es indispensable para la seguridad del trabajador, evita accidentes y disminuye los riesgos de lesiones o patologías futuras.

Organización del trabajo

Hay que asegurar que el tiempo de descanso del trabajador sea proporcional a la fatiga que podría ocasionarle su ocupación, que lleve una buena alimentación que le asegure tener energía suficiente para la labor y propiciar un ambiente agradable y de cooperación entre los operarios, disminuyendo factores como el estrés, la ansiedad y la depresión.

Actividad 5. *Reflexiona y contesta las siguientes preguntas.*

1. ¿Te cuesta trabajo alcanzar algunas herramientas de tu espacio de trabajo? ¿Las sillas o mesas están acordes a tu estatura?

2. ¿Sientes cansancio la mayor parte de tu jornada laboral?
¿Cuál crees que sea la razón principal?

3. ¿Procuras llevar una buena alimentación, incluyendo todos los nutrientes indispensables (frutas, verduras, cereales, leguminosas y productos de origen animal)?

4. ¿Haces uso del equipo de seguridad necesario? ¿De no ser así, qué te lo impide?

5. ¿Tu cuerpo está preparado físicamente para tu trabajo? ¿Qué crees que le haga falta?

Estiramientos

La incorporación de estiramientos reduce de manera considerable el riesgo de lesiones debido a que va a mejorar la elasticidad muscular, favorece el movimiento de las articulaciones, mejora la circulación sanguínea y alivia la tensión muscular causada por trabajos tanto dinámicos como estáticos en donde se mantienen posturas forzadas o movimientos repetitivos.

Su realización deberá de realizarse al término de la jornada laboral y cada uno deberá de repetirse 3 veces por lado manteniéndose 15 segundos como mínimo.

1. Lleva tu oreja en dirección al hombro, y con tu mano elonga aún más el cuello en esa misma dirección forzando la postura. El brazo contrario se coloca por detrás de la espalda. Alterna al otro lado.

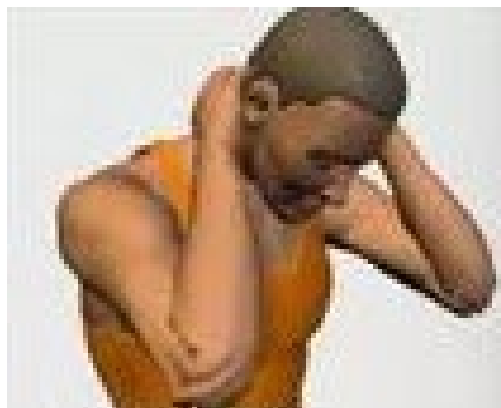
Figura 3. Oreja en dirección al hombro



Fuente: Shutterstock (s.f.).

2. Lleva tu barbilla hacia tu pecho, entrelaza tus manos y colócalas por detrás de la nuca y con ellas elonga aún más cuello, forzando la postura.

Figura 4. Barbilla hacia tu pecho



Fuente: Vitónica (s.f.).

3. Eleva el brazo izquierdo a la altura de tu hombro, entrelaza con tu brazo contrario y llévalo hacia la derecha. Alterna al otro lado.

Figura 5. Brazo izquierdo a la altura de tu hombro

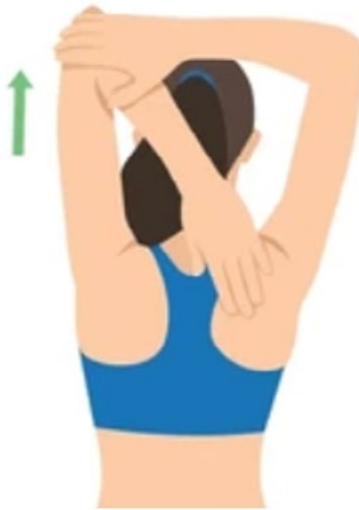


Fuente: Shutterstock (s.f.).

4. Eleva tu brazo izquierdo y llévalo por detrás de tu espalda, procura que la mano toque su propio hombro. Mano derecha

tomo el codo contrario y lo lleva a la derecha. Alterna al otro lado.

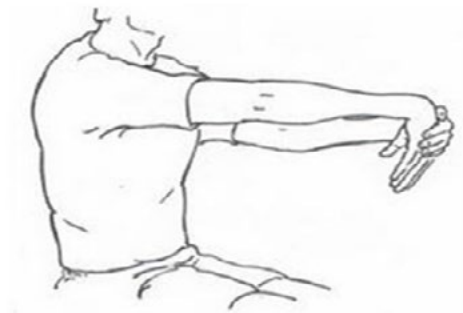
Figura 6. Brazo izquierdo por detrás de tu espalda



Fuente: Shutterstock (s.f.).

5. Eleva el brazo izquierdo a la altura de tu hombro y se queda estático y sin flexionar el codo. La mano derecha toma por el dorso a la mano izquierda y mantiene la flexión de muñeca. Alterna al otro lado.

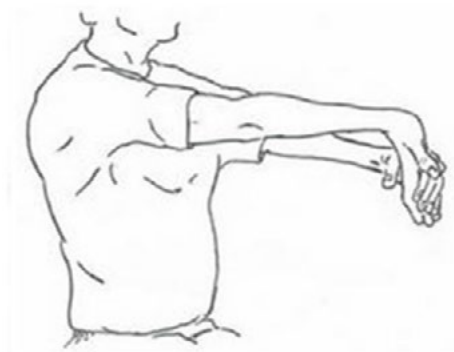
Figura 7. Brazo izquierdo a la altura de tu hombro



Fuente: Farmalastic (s.f.).

6. Eleva el brazo izquierdo a la altura de tu hombro y se queda estático y sin flexionar el codo. La mano derecha toma por la palma a la mano izquierda y mantiene la extensión de muñeca.

Figura 8. Brazo izquierdo a la altura de tu hombro y se queda estático



Fuente: Farmalastic (s.f.).

7. Atrapa tu dedo pulgar entre los demás dedos. Realiza una desviación forzada hacia tu dedo meñique.

Figura 9. Dedo pulgar entre los demás dedos



Fuente: Farmalastic (s.f.).

8. Parado u brazo con vista al frente, eleva tu brazo izquierdo totalmente extendi-do por encima de tu cabeza y lateraliza tu tronco hacia la derecha. Alterna con el otro lado.

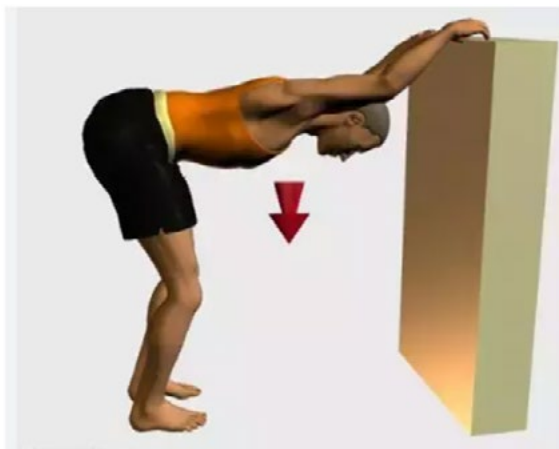
Figura 10. Parado u brazo con vista al frente



Fuente: Vecteezy (s.f.).

9. Coloca tus manos sobre el respaldo de una silla o pared, extiende tus brazos y ve llevando tu cadera lo más lejos de ti. La cadera debe de alcanzar un ángulo de 90° con las piernas, las piernas deberán de estar lo más extendidas posibles.

Figura 11. Manos sobre el respaldo de una silla o pared



Fuente: Vitónica (s.f.).

10. Posición de 4 puntos apoyando en el piso manos a la altura de los hombros y rodillas a la altura de la cadera. Descansa la cadera sobre los tobillos y extiende brazos. Relaja el cuerpo.

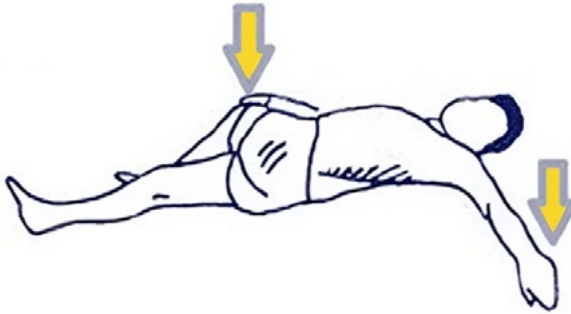
Figura 12. Posición de 4 puntos



Fuente: Entrenamientos.com (s.f.).

11. Acostado boca arriba, flexiona ambas rodillas con los pies apoyados en el piso. Apoya el talón de tu pierna izquierda en tu rodilla derecha y lateraliza la parte izquierda de tu cuerpo hacia la derecha. Tu mano derecha tomo tu rodilla izquierda y mantiene la elongación, mientras el brazo izquierdo se encuentra sobre el piso extendido por encima de la cabeza.

Figura 13. Acostado boca arriba, flexiona ambas rodillas



Fuente: Paso clave (s.f.).

12. Posición de 4 puntos apoyando en el piso manos a la altura de los hombros y rodillas a la altura de la cadera. Flexiona el tronco llevando la cabeza al pecho y posteriormente entiende el tronco llevando la cabeza con vista al techo.

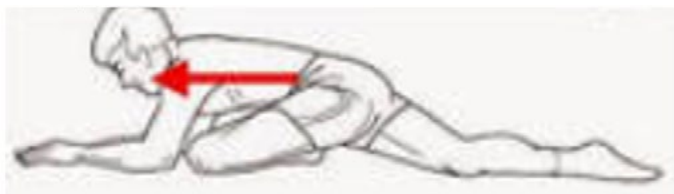
Figura 14. Posición de 4 puntos apoyando en el piso manos



Fuente: Entrenamientos.com (s.f.).

13. Posición de 4 puntos apoyando en el piso manos a la altura de los hombros y rodillas a la altura de la cadera. Flexionar la pierna izquierda, llevando la rodilla al pecho junto con el pie. Extiende tu pierna derecha por completo y extiende los brazos por encima de la cabeza, relaja al cuerpo.

Figura 15. Posición de 4 puntos apoyando en el piso



Fuente: Infoespalda (s.f.).

14. Desde la posición de parado, tu mano derecha toma tu tobillo derecho por atrás de la espalda y elonga. Ambas rodillas deben de permanecer juntas y de ser necesario la mano izquierda se sostiene de algo más para no perder equilibrio. Alterna con el otro lado.

Figura 16. La posición de parado



Fuente: Vecteezy (s.f.).

15. Acostado boca abajo, coloca una banda o cinturón en el pie derecho y eleva la pierna con la rodilla totalmente extendida. La pierna izquierda está reposando en el piso. Alterna con el otro lado.

Figura 17. Acostado boca abajo, con una banda



Fuente: Fisionline (s.f.).

16. Desde la posición de parado, adelanta la pierna derecha totalmente extendida apoyando únicamente con el talón y llevando la punta de los dedos hacia ti. La pierna izquierda se flexiona junto con la cadera.

Figura 18. Desde la posición de parado, adelanta la pierna derecha



Fuente: Vecteezy (s.f.).

Fortalecimiento de CORE

Las lesiones de la columna vertebral en especial de la zona lumbar, son una de las principales causas de discapacidad en todo

el mundo, existen varios factores que desencadenan el dolor lumbar, pero una de los principales es el tipo de trabajo u ocupación que desempeña la persona, gracias a las posturas forzadas que tienen que mantener por mucho tiempo o al manejo de cargas excesivas de peso.

El término CORE, es un concepto que hace referencia a la parte central del cuerpo, a lo músculos que integran la faja natural de una persona y que ayudan a mantener la estabilidad del tronco y en la propagación de la fuerza de la parte media hacia las extremidades superiores e inferiores. Los músculos que conforman al CORE son los músculos del piso pélvico, el diafragma, los multifidos de la columna y el transversal abdominal y el asegurar que esta musculatura sea lo suficientemente fuerte y estable, previene de manera significativa los problemas de columna y de miembros inferiores.

Ejercicios de CORE

Antes de comenzar con los ejercicios, hay que dejar en claro que hay una base de respiración para su realización, es la misma para todos y hay que dominarla antes de querer empezar a ejercitar el CORE.

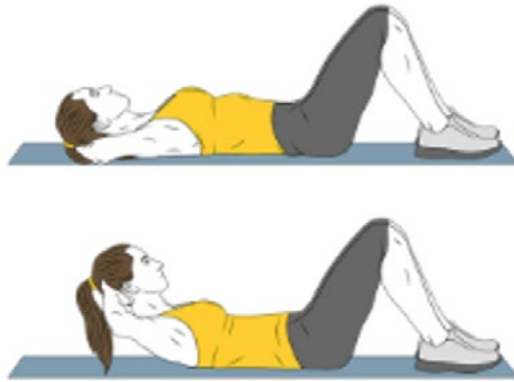
Ejercicio de respiración: acostado boca arriba y con las piernas flexionadas y pies sobre el piso, Inhalamos profundo y al exhalar iremos poco apoco sumiendo el abdomen, tratando de que el ombligo “llegue” al piso, el abdomen se mantiene adentro y ahí es el momento para ejecutar cualquiera de los ejercicios propuestos.

Nivel 1

1. Acostado boca arriba con las piernas flexionadas y pies sobre el piso.

Exhale al mismo tiempo que flexiona el tronco, mantenga descansando su cabeza en sus brazos.

Figura 19. Acostado boca arriba con las piernas flexionadas



Fuente: Entrenamientos.com (s.f.).

2. En posición cuadrúpeda con los brazos extendidos y las manos a la altura de los hombros al igual que las rodillas a la altura de la cabeza.

Exhale extendiendo al mismo tiempo el hombro izquierdo y la cadera derecha sin perder la alineación del troco.

Continúe el ejercicio de forma intercalada.

Figura 20. Posición cuadrúpeda con los brazos extendidos



Fuente: Entrenamientos.com (s.f.).

3. Acostado boca arriba con las piernas flexionadas y pies sobre el piso. Al realizar una exhalación, levante la cadera dibujando una especie de puente desde las rodillas hasta los hombros, baje inhalando lentamente.

Figura 21. Acostado boca arriba con las piernas flexionadas formando con la cadera una especie de puente



Fuente: Entrenamientos.com (s.f.).

Nivel 2

1. Acostado boca abajo, inhale manteniendo contraído el abdomen y extienda el tronco despegando las manos y piernas del suelo.

Figura 22. Acostado boca abajo, inhalando



Fuente: Shutterstock (s.f.).

2. Realiza una especie de V con tu cuerpo, apoya los brazos extendidos por encima de la cabeza y las piernas apoyadas

sobre el piso. A la exhalación eleva una de tus piernas, mientras mantienes contraído tu abdomen.

Figura 23. V con el cuerpo



Fuente: Vecteezy (s.f.).

3. Parado, con las piernas abiertas a la altura de los hombros.

Exhala y baja flexionando las rodillas mientras la cadera va hacia atrás y regresa.

Figura 24. Exhala y baja flexionando las rodillas



Fuente: 123RF (s.f.).

Nivel 3

1. Coloca tus brazos extendidos sobre el piso y extiende tu tronco y piernas de modo que los pies y manos sean tu único soporte en el piso.

Exhala y lleva una de tus rodillas al pecho y regresa. (alterna de pierna).

Figura 25. Exhala y lleva una de tus rodillas al pecho y regresa



Fuente: Extreme Voyager (s.f.).

2. Acostado boca abajo, extienda su tronco apoyando los codos debajo de los hombros.

Exhale elevando la pelvis hasta colocar el tronco en posición neutra con flexión de rodillas.

Figura 26. Acostado boca abajo, extendiendo el tronco



Fuente: Fuente: Entrenamoentos.com (s.f.).

Referencias

- 123RF. (s. f.). Mujer haciendo sentadillas. <https://n9.cl/f82ru>
- Arenas Ortiz, L., & Cantú Gómez, Ó. (2013). Factores de riesgo de trastornos musculoesqueléticos crónicos laborales. *Medicina Interna de México*, 29(4), 370–379.
- De Ulzurrun Ságalá, M. D., Garasa Jiménez, A., Macaya Zandio, M., & Erasus Izquierdo, J. (2007). *Trastornos músculo-esqueléticos de origen laboral*. Instituto Navarro de Salud Laboral.
- Entrenamientos.com. (s. f.). Encogimientos. <https://n9.cl/sgg9j>
- Entrenamientos.com. (s. f.). Entrenamiento para adultos mayores. <https://n9.cl/5cfia>
- Entrenamientos.com. (s. f.). Estiramiento lumbar de rodillas. <https://n9.cl/rmfmn>
- Entrenamientos.com. (s. f.). Plancha con rodillas apoyadas. <https://n9.cl/9oepu>
- Entrenamientos.com. (s. f.). Circuito de 6 ejercicios para el core. <https://n9.cl/iz6kt>
- Extreme Voyager. (s. f.). Entrenamiento funcional en casa. <https://n9.cl/293kl>
- Farmalastic. (s. f.). Ejercicios para la epicondilitis o codo de tenista. Cinfa. <https://n9.cl/njhzvh>
- Farmalastic. (s. f.). ¿Qué es la tendinitis de Quervain?. Cinfa. <https://n9.cl/lkes1>
- Fisioterapia-Online. (s. f.). 7 estiramientos diferentes para tus isquiotibiales. <https://n9.cl/9j6l6>
- Freepik. (s. f.). Vector de ejercicios de espalda. <https://n9.cl/7ywk6>
- Infoespalda. (s. f.). Estiramientos para el dolor de espalda. <https://n9.cl/myaco>
- Pallán Acosta, M. E., & Del Carpo Ovando, P. (2017). Salud ocupacional: Impacto del oficio artesanal en artífices que realizan su trabajo en bipedestación prolongada. *Jóvenes de la Ciencia*, 3(1), 1-10.
- Pasoclave. (s. f.). Estiramientos para escaladores: postura sway-back. <https://www.pasoclave.com/estiramientos-escaladores-postura-sway-back/>
- Pixabay. (s. f.). Ilustración de figura humana masculina. <https://n9.cl/cy8eh>

- Ruiz Barrios, A., Becerra del Llano, M., Islas Muñoz, V., Hernández Valle, V., García Medina, N., & Girón Solís, P. T. (2022, 8 de abril). Identificación del nivel de riesgo ergonómico por manejo de cargas y movimientos repetitivos en industria alimentaria. *Lux Médica*, 17(51). <https://doi.org/10.33064/51lm20223507>
- Shutterstock. (s. f.). Vectores de ejercicio de espalda. <https://n9.cl/pwxw42>
- Shutterstock. (s. f.). Vectores de estiramiento de cuello. <https://n9.cl/kawj1r>
- Shutterstock. (s. f.). Mujer estirando el hombro [Vector]. <https://n9.cl/abcrv>
- Vecteezy. (s. f.). Hombre haciendo extensión de cadera. <https://n9.cl/8cjr6>
- Vecteezy. (s. f.). Mujer haciendo estiramiento de isquiotibiales. <https://n9.cl/opl7n5>
- Vecteezy. (s. f.). Una chica haciendo una postura de yoga. <https://n9.cl/5z-mqt1>
- Vecteezy. (s. f.). Hombre haciendo estiramiento de cuádriceps. <https://n9.cl/tiz7w8>
- Vitonica. (s. f.). Estiramientos en la oficina. <https://n9.cl/ok7pp>
- Vera-García, F. J., Barbado, D., Moreno-Pérez, V., Hernández-Sánchez, S., Juan-Recio, C., & Elvira, J. L. L. (2015). Core stability: concepto y aportaciones al entrenamiento y la prevención de lesiones. *Revista Andaluza de Medicina del Deporte*, 8(2), 79–83. <https://doi.org/10.1016/j.ramd.2014.02.004>
- Zamora Macorra, M., Martínez Alcántara, S., & Balderas López, M. (2019). Trastornos musculoesqueléticos en trabajadores de la manufactura de neumáticos, análisis del proceso de trabajo y riesgo de la actividad. *Acta Universitaria*, 29, 1–16. <https://doi.org/10.15174/au.2019.1913>

The Art of Caring: Injury Prevention in Artisanal Practice

A arte de cuidar: prevenção de lesões na prática artesanal

Fátima Soledad González Hernández

Universidad Autónoma de Querétaro | San Juan del Río | México

<https://orcid.org/0009-0005-4493-7203>

fatima.gonzalez@uaq.mx

Es Licenciada en Fisioterapia por la Universidad Autónoma de Querétaro y cuenta con más de diez años de experiencia en el ámbito clínico. Actualmente atiende su consultorio particular, donde se especializa en la rehabilitación integral con un enfoque en la rehabilitación neurológica en adultos, trastor-nos musculoesqueléticos y prevención de lesiones. Desde hace siete años se desempeña como docente en las Licenciaturas en Enfermería y en Docencia de las Artes, combinando su experiencia terapéutica con la formación académica de nuevos profesionistas. En la actualidad, también coordina el De-partamento de Tutorías en la Facultad de Enfermería, donde impulsa estra-tegias de acompañamiento académico y personal para el estudiantado. Ha cursado el diplomado en Rehabilitación Neurológica por la Universidad de Durango y el diplomado en Osteopatía Estructural por la Escuela Nacional Mexicana de Medicina Osteópata. Asimismo, cuenta con certificaciones en Facilitación Neuromuscular Propioceptiva (niveles 1 y 2) avaladas por la Aso-ciación Internacional de FNP, así como en Rehabilitación en Embarazo y Postparto, Pilates, Terapia Instrumentalizada, Propiocepción y Vendaje Neu-romuscular. En el ámbito educativo, ha fortalecido su labor mediante cursos en pedagogía, tecnologías de la información aplicadas a la enseñanza y pers-pectiva de género. Además, participa activamente como asesora de tesis, acompañando a estudiantes en sus procesos de investigación y formación profesional. Su trabajo se distingue por el compromiso con una atención éti-ca y personalizada, la búsqueda constante de actualización y la integración de un enfoque preventivo tanto en el consultorio como en el aula.

Abstract

This module addresses the main risk factors present in artisanal work and their relationship to the most frequent musculoskeletal injuries. The objective is to recognize how awkward postures, repetitive movements, excessive physical exertion, and organizational conditions influence the development of disorders affecting muscles, tendons, joints, and nerves. Since artisans use their bodies as their primary tools, they are exposed to injuries that can reduce their work capacity and even lead to permanent disabilities. The content includes the identification of musculoskeletal disorders, injury classification, risk factors, and prevention strategies. Finally, measures such as improving the ergonomics of the workspace, taking active breaks, avoiding excessive loads, using protective equipment, and strengthening the core are proposed, as these actions help reduce pain, prevent the progression of pathologies, and promote a safer and healthier work environment for those who practice artisanal crafts.

Keywords: Risk factors; Injuries; Musculoskeletal disorders; Preventive treatment.

Resumo

Este módulo aborda os principais fatores de risco presentes no trabalho artesanal e sua relação com as lesões musculoesqueléticas mais frequentes. O objetivo é reconhecer como as posturas forçadas, os movimentos repetitivos, o esforço físico excessivo e as condições organizacionais influenciam o surgimento de distúrbios que afetam músculos, tendões, articulações e nervos. Dado que os artesãos utilizam seu corpo como principal ferramenta, eles estão expostos a lesões que podem diminuir sua capacidade laboral e até mesmo gerar incapacidades per-

manentes. O conteúdo inclui a identificação de distúrbios musculoesqueléticos, a classificação de lesões, os fatores de risco e as estratégias de prevenção. Por fim, são propostas medidas como melhorar a ergonomia do espaço de trabalho, realizar pausas ativas, evitar cargas excessivas, usar equipamento de proteção e fortalecer o CORE, uma vez que essas ações permitem reduzir a dor, evitar a progressão de patologias e promover um ambiente de trabalho mais seguro e saudável para quem pratica ofícios artesanais.

Palavras-chave: Fatores de Risco; Lesões; Distúrbios Musculoesqueléticos; Tratamento Preventivo.

Capítulo 2

El arte de las formas: comunicando ideas en prendas

Nury Diana Contreras Espinosa

Resumen

Este contenido busca desarrollar en las y los artesanos obrajeros competencias para integrar conceptos geométricos y elementos de diseño en la elaboración de prendas para fortalecer la creatividad, la innovación y la identidad cultural. A través del estudio de las formas, el espacio y las figuras, se resalta cómo la geometría influye en la estructura, estética y significado de las prendas. El material revisa la historia del diseño artesanal, la transformación del oficio desde la Revolución Industrial y la relevancia cultural de las artesanías mexicanas, y también explica las fases de la producción artesanal y su impacto económico. En este sentido, se analizan la funcionalidad y el simbolismo de las formas geométricas, así como los elementos básicos del diseño. Finalmente, se destaca la importancia de comprender el lenguaje visual para crear prendas significativas y competitivas, permitiendo a los artesanos innovar sin perder su esencia cultural.

Palabras clave:
Diseño artesanal;
Estética;
Psicología de las formas;
Producción artesanal.

Contreras Espinosa, N. D. (2025). El arte de las formas: comunicando ideas en prendas. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 57-79). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c766>



Objetivo

Desarrollar en las y los artesanos obrajeros, las competencias para integrar conceptos geométricos y elementos de diseño sobre las figuras y formas en la elaboración de prendas, fomentando la creatividad y la innovación en el contexto artesanal para que las utilicen de acuerdo a un grupo meta determinado, fortaleciendo su identidad cultural y significado, además de fomentar una expresión visual que enriquezca sus productos, incrementando su valor artístico y diferenciación en el mercado.

Introducción

El estudio de las formas, las propiedades del espacio y las figuras en el diseño de las prendas, permite crear patrones estéticamente atractivos donde la geometría, apoya en la arquitectura de las prendas y la distribución de volúmenes. El diseño de prendas mediante formas y figuras permite expresar creatividad y tradición en cada creación por lo que, el siguiente material presenta la aplicación de conceptos visuales en el diseño textil, transformando ideas en obras únicas mediante la exploración de figuras, se potencia la capacidad de innovar y destacar en el mercado.

Las y los obrajeros al ver el diseño como un proceso artístico, donde las formas son herramientas para expresar su identidad y creatividad fortaleciendo sus costumbres e invitando a la innovación en la elaboración de sus prendas. Las formas no solo definen la estética de una prenda, también comunican una identidad y cultura explorando la función de las formas como lenguaje visual.

El arte de las formas: comunicando ideas en prendas

Historia del diseño artesanal

El proceso artesanal experimentó su máximo apogeo durante la Era Industrial. La especialización y segmentación laboral en los métodos de producción del siglo XVII impulsaron una distinción evidente entre el arte y la industria. La transformación y cambio en las cadenas operatorias hicieron posible el cambio de la producción artesanal en la industria. Se implementaron nuevas técnicas de producción mecánica y a gran escala, alterando de manera ineludible la posición privilegiada del artesano como creador y productor estético en productos de consumo.

A partir de la Revolución Industrial, en Europa la figura de los artesanos fue desplazada por un nuevo sistema más especializado, pero, sobre todo, más rápido ante la demanda del cliente, ya que además de rápido, la producción era más económica.

De igual manera la tergiversación del producto artesanal a través de procedimientos industriales genera en el día a día de la era victoriana valores estéticos superficiales y de escaso gusto. Los lujosos jarrones, candelabros, sillas, mesas, espejos, entre otros elementos decorativos, se fabricaban industrialmente a un costo reducido como imitaciones auténticas de las originales, elaboradas por maestros artesanos y que adornaban las habitaciones de las mansiones de los aristócratas y burgueses.

William Morris, líder del movimiento “Artes y Oficios” (1880), propone formas de producción completamente artesanales para alejar del objeto la estética vulgar, popular, ornamental del estilo victoriano popularizada e impuesta por las nuevas formas de producción industrial de la época. Propone la retoma de elementos formales propios del gótico, con de alto carácter religioso para la fabricación de mobiliario, tejidos, vitrales, entre otros objetos,

negando en cualquier sentido la industrialización y proponiendo la vuelta al taller artesanal (Lambourne, 2011).

Las artesanías de México tienen sus orígenes en las civilizaciones precolombinas, tales como los aztecas, mayas y zapotecas. Estas civilizaciones desarrollaron métodos sofisticados de alfarería, tejido y orfebrería, empleando materiales tales como barro, fibras naturales y metales de valor.

Con la llegada de los españoles, los métodos y estilos europeos se combinaron con las costumbres indígenas, originando una amplia variedad. La adopción de materiales y procedimientos novedosos condujo a la generación de productos innovadores y singulares.

Las artesanías de México son una joya cultural que amerita ser apreciada y protegida. Cada pieza refleja la destreza, inventiva y herencia de los artesanos mexicanos. Al integrar estas piezas artísticas respaldamos a las comunidades que preservan estas costumbres.

Producción artesanal

La fabricación de artesanías se aleja de lo industrial. proceso artesanal, se trata de un conjunto de etapas a través de las cuales se elaboran objetos sin hacer uso de ningún tipo de tecnología o maquinaria (Euroinnova, 2024). En las artesanías, la elaboración se realiza de manera manual y a veces, con materiales sencillos.

Fases

- **Conocer la oportunidad en el mercado.** Antes de crear un producto, es imprescindible determinar si éste es, o no, una necesidad para las personas. ¿Resulta factible fabricarlo? ¿Se venderá? ¿Será funcional? Identifica si es un negocio próspero.

- **Realizar el diseño.** Si existe una idea, hay que plasmarla primero para proceder a ejecutarla. Realiza dibujos, croquis o esquemas de lo que deseas crear.
- **Organízate, planifica y gestiona.** Es necesario organizar las tareas que serán realizadas, el tiempo que tomará cada una y, por supuesto, elegir todo el material que será utilizado.
- **Ejecución.** Se trata de la fase donde, como tal, se lleva a cabo la creación del producto.
- **Evaluación y optimización.** Una vez que se culmine la fabricación, es imprescindible verificar si el producto se encuentra en óptimas condiciones o necesita mejora. Esto, para mejorar los posibles lotes futuros en lo que es un proceso técnico artesanal. (Eroinnova 2024).

En México la producción artesanal es una actividad sumamente importante en el PIB, veamos las estadísticas del INEGI (2023).

Según la Cuenta Satélite de la Cultura de México, en 2021, la actividad económica generada por las artesanías ascendió a 153 437 millones de pesos, lo que representó 0.6 % del Producto Interno Bruto (PIB) Nacional.

En 2021, las artesanías generaron 479 655 puestos de trabajo ocupados remunerados.

Con información de los Censos Económicos 2019, en México existían 21 115 establecimientos dedicados al comercio al por menor de artesanías en 2018. Jalisco concentró 10.2 % de dichos establecimientos.

De acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM), la producción de artesanías se clasifica en ocho grandes áreas: alfarería y cerámica; fibras vegetales y textiles; madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería; cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia; metalistería, joyería y orfebrería; lapidaria, cantería y vidrio; talabartería y marroquinería, así como

alimentos y dulces típicos. Las dos áreas que concentran la mayor contribución al PIB de las artesanías son: el comercio de artesanías y las fibras vegetales y textiles, con 35.5 y 17.9 %, respectivamente. (INEGI 2023)

El impacto de la estética y funcionalidad de las formas y figuras en las prendas de vestir

La disposición de las figuras y su relación con la ropa o el cuerpo humano es necesario para mantener el equilibrio visual. Los diseños simétricos a menudo provocan una percepción de orden y armonía, mientras que la asimetría aporta dinamismo y singularidad. Por ejemplo, un vestido que presenta formas más amplias en la parte superior y figuras más reducidas en la inferior puede alterar la percepción de la proporción corporal, generando efectos visuales que pueden alargar o disminuir la silueta.

Las formas y figuras captarán la atención de primera vez en una prenda, por lo que su distribución, tamaño, combinación y disposición, pueden comunicar varios mensajes. En algunas culturas indígenas, las figuras geométricas tienen connotaciones espirituales o rituales, y su uso en el diseño de prendas no es solo estético, sino también culturalmente significativo.

No solo se percibe la apariencia de una prenda sino también el significado de quien la usa, cómo se siente usarla, y cómo interactúa con el contexto por lo que son elementos importantes para los artesanos tanto en lo artístico como en lo funcional.

Formas básicas en las prendas de vestir

Los estudios antropológicos y lingüísticos establecen que todas las culturas tienen lenguaje simbólico, expresado a través de signos de carácter convencional que simbolizan deidades, la fertilidad, el poder, afecto, rechazo, categoría, linaje, etc. Por tanto, existen

códigos visuales que son considerados como un lenguaje simbólico, así tenemos, la vestimenta como un elemento de la identidad cultural portadora de signos y símbolos (Guamán, 2023). Los saberes sobre signos y símbolos, y sus significados de las culturas autóctonas son componentes importantes para comprender el pensamiento filosófico de una cultura.

Son 12 elementos geométricos más utilizados en la moda:

Tabla 1. 12 elementos geométricos

1. Las medidas lineales, superficiales y volumétricas que determinan las magnitudes y las tallas.
2. Los patrones y sus adaptaciones en forma y tamaño.
3. Las reglas rectas y curvas y plantillas que permiten trazar los patrones.
4. Los ángulos presentes en diseños, aperturas, etc.
5. Las líneas rectas y curvas, sus paralelismos y perpendicularidades, presentes tanto en los trazados como en las formas y en los acabados finales.
6. Las figuras geométricas planas (círculos, elipses, polígonos...) que forman parte de los diseños (y, en particular, de sus decoraciones), así como de los modelos de cuerpos y caras de las personas. Las técnicas de realizar figuras con origami han sido aplicadas con gran éxito a la moda.
7. Las figuras geométricas espaciales (cilindros, conos, esferas, poliedros...) que determinan volúmenes (sobre ros, tallados de diamantes, peinados, vestidos, cuellos...) o forman parte del propio vestido en la llamada moda geométrica.
8. Las transformaciones geométricas como semejanzas, giros, traslaciones y simetrías que dan armonía a las creaciones (o las asimetrías y sus sorprendentes efectos). Las perspectivas, proyecciones, etc., propias de la representación gráfica artística o técnica (geometría descriptiva), también desempeñan su papel en diseño textil.
9. Los frisos y teselados o motivos repetidos con movimientos geométricos que decoran y embellecen los diseños.
10. Los nudos tan diversos que encontramos en corbatas, cordones, pajaritas, bufandas, etc.
11. Las proporciones del cuerpo humano y sus repercusiones en las proporciones armónicas de los diseños, lo que incluye el número de oro o la divina proporción.

12. Los programas de diseño por ordenador que usan numerosos recursos geométricos de movimiento o de representación. Intervienen en el tallado de patrones o en la confección de prendas mediante impresoras 3D. Han influido en la creación de las llamadas prendas inteligentes.

Fuente: Alsina (2018); Geometría y Moda

La forma se ve afectada por un fenómeno de cambio rápido de signos que la van alterando o alterando conforme a las culturas y al desarrollo del mismo material textil. A pesar de lo mencionado anteriormente, existen estructuras fundamentales e inherentes desde el proceso de confección de la prenda, conocidas como patronaje básico, que conforman los fundamentos para el diseño de una prenda y funcionan como un componente visual para diferenciar un pantalón de una falda, o un frac de un esmoquin.

En este contexto, la forma, los cortes y la silueta de las prendas permiten la presencia de rangos característicos que facilitan su diferenciación por sexo, edad, situación social y profesión. En el diseño, las formas y colores tienen un lenguaje, es la manera como el diseñador quiere expresarse, y evocar emociones de manera visual.

Psicología de las formas

La psicología de la forma es la rama que analiza el impacto que las formas ejercen en las personas. Propone que a cada forma se puede asignarle un grupo de significados o conceptos, ya que estos influyen directamente en nuestra conciencia y comportamiento. Entendemos que se puede percibir y examinar cada componente visual en cuanto a su forma. Por ejemplo, entendemos la forma de las nubes como semicírculos que forman una figura que se percibe como tranquilidad, paz y confort.

La psicología de la forma sostiene que cada forma posee un significado único y puede influir de forma distinta en nuestras mentes. Se considera que elegir una figura favorita o elegir una forma

Figura 2. Forma



Fuente: Open IA (2025).

Es un espacio cerrado y plano, restringido a dos dimensiones, se cuantifica por su anchura y altura. Es posible mencionar dos grupos distintos de formas de la imagen:

- Las **formas Geométricas**, abarcan todas las figuras que se adquieren en las lecciones de matemáticas y que se pueden representar con la ayuda de una regla o un compás: triángulos, cuadrados, círculos, entre otros.
- Por otro lado, estarían las **formas Orgánicas**, que son formas más libres y que tienen similitudes con las que podemos hallar en la naturaleza, como puede ser la forma de un papel.

Cuando se colocan dos formas en paralelo, se establece una relación entre ambas, lo que produce una conexión entre las formas que puede generar sentimientos, transmitir mensajes, conectar con una audiencia, enfocar una sección de la composición o incluso provocar movimiento. Las formas comunican conceptos visualmente,

dan significado a las ideas, haciéndolas más reconocibles a las personas, lo que pueden formar logos.

Figura 3. Objeto



Fuente: Open IA (2025).

Es una forma que adquiere propiedades tridimensionales, para dar volumen se hace uso de la luz, sombra y perspectiva, se miden por la altura, profundidad y anchura.

Figura 4. Espacio



Fuente: Open IA (2025).

Es la zona o espacio circundante o entre los componentes del diseño que, al elaborarse, se toma en cuenta los componentes visuales que se van a incluir tales como imágenes y formas, además de la manera de organizarlas y agruparlas en la composición. Es importante para crear esencia visual y dinamismo en el diseño

Se reconocen dos espacios:

- **Positivo.** Se observan las formas de los objetos, o donde se visualice la atención del diseño
- **Negativo.** Es el resto del espacio de los elementos y objetos.

Figura 5. Tipografía



Fuente: Open IA (2025).

Permite dar a conocer un mensaje con unas letras específicas. Entonces, es la técnica para diseñar letras de forma gráfica. Una tipografía comprende un grupo de caracteres que comparten ciertos elementos o atributos específicos. Mediante la elección de la tipografía correcta, se puede comunicar un mensaje y establecer una identidad visual particular en cada texto o diseño.

Figura 6. Textura



Fuente: Open IA (2025).

Es una cualidad física de una superficie, y se puede percibir mediante el tacto. Las texturas se pueden generar a través de utilizar patrones o la repetición de imágenes, se pueden lograr que objetos planos parezcan tridimensionales y realistas, además de aportar profundidad a nuestras formas. El exceso de recursos puede generar una sobrecarga visual en el objeto.

Figura 7. Color



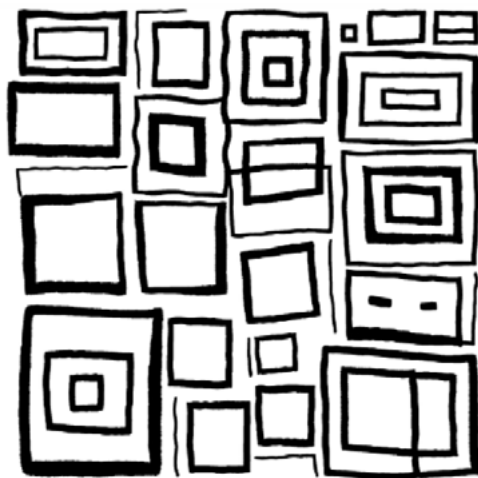
Fuente: Open IA (2025).

El color se refiere a la cantidad de luz que se refleja en un objeto, por lo que la luz adquiere una importancia crucial al mencionar el color, nos permite crear énfasis, crear más armonía en nuestras creaciones e incluso modificar la percepción del tamaño de los objetos.

Formas geométricas

Al momento de diseñar prendas de vestir, pensamos el qué vamos a plasmar, recordemos que cada figura y forma emanan un significado y sobre todo, atraen a determinado público o población, cada forma o figura va dirigida, a cierta población en particular.

Figura 8. Cuadrado o rectángulo



Fuente: Open IA (2025).

Cuadrado o rectángulo

Se percibe una sensación de robustez, provocando seguridad y fiabilidad. Las figuras de cuadrados y rectángulos representan estabilidad, orden y seguridad, comunican mensajes de firmeza y uniformidad.

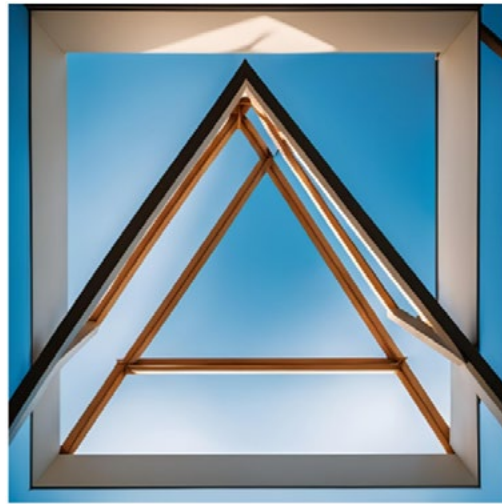
Estos patrones son habituales en diseño empresarial y financiero, donde la representación de estabilidad y confianza es importante. Al ser una variante más flexible del cuadrado, los rectángulos también pueden evocar eficacia y pragmatismo, en particular cuando se emplean en formatos horizontales o verticales para orientar la mirada del observador (CEI 2024).

Triángulo

Parece ser una forma energética, ya que se asocia con dirección y movilidad, además se le relaciona con jerarquía y divinidad. Se puede utilizar para dar dirección o simbolizar riesgo y precaución.

El triángulo es una figura potente y adaptable que puede provocar una variedad extensa de sentimientos, dependiendo de su dirección. Un triángulo con la punta ascendente puede representar potencia, avance y estabilidad, mientras que uno invertido puede representar peligro o desbalance.

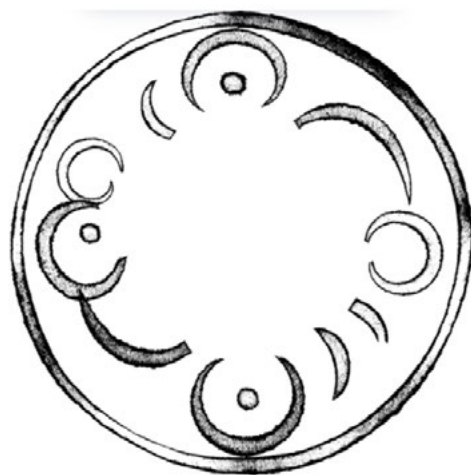
Figura 9. Triángulo



Fuente: Open IA (2025).

Los triángulos también tienen una relación con la acción y la dirección, dirigiendo la atención hacia un lugar concreto. Los triángulos son capaces de proporcionar dinamismo y movimiento, pero también pueden emplearse para alertar o generar un sentido de urgencia. Su adaptabilidad los transforma en un instrumento esencial para guiar la narrativa visual (Vargas, 2022).

Figura 10. Círculo



Fuente: Open IA (2025).

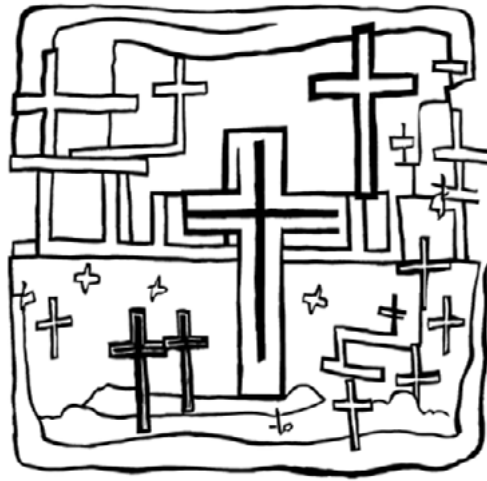
Círculo

Evoca eternidad, se relaciona con el sol, la luna y la tierra, se percibe como empatía y cercanía.

Los círculos y elipses representan unidad, infinito y perfección. No tienen principio ni fin, lo que los hace ideales para simbolizar conceptos de continuidad y totalidad. Buscan transmitir armonía, comunidad y paz, promoviendo el bienestar y la cohesión social.

Psicológicamente puede evocar seguridad, protección y conexión con algo o alguien evocando conceptos de unidad y comunidad. Es una de las formas geométricas más utilizadas ya que tiende a ser flexible.

Figura 11. Cruces



Fuente: Open IA (2025).

Cruces

La cruz representa unión, cooperación y asistencia. Además, es muy empleada cuando deseamos provocar emociones de resistencia a algo. Las formas cruzadas o cruces están vinculadas con el balance, la esperanza y la divinidad. También pueden ser entendidos como un punto de cruce de energías. Se emplean para evocar vida y salud, unidad, optimismo, relaciones, armonía y espiritualidad.

Revisemos algunos ejemplos de cómo se utilizan los bordados en las prendas de vestir donde se pueden ver la combinación de varias figuras:

Figura 12. Bordados



Fuente: Millán de Palavecino (1944).

Nota. Forma y significación de los motivos ornamentales de las "llicas" chachquenses. Relaciones de la Sociedad Argentina de Antropología, 4.

Es importante destacar el valor de estos componentes como instrumentos creativos y expresivos en el diseño de textiles. Las figuras y formas no solo simbolizan elementos de belleza, sino que también transmiten valores culturales y tradiciones que potencian cada pieza elaborada. La habilidad para elegir y fusionar de manera correcta estos componentes posibilita a los artesanos crear un estilo singular que puede distinguir un mensaje mediante sus productos en el mercado, captando tanto el núcleo de su identidad como la transformación de sus métodos artesanales.

Mediante este saber, los obreros no solo desarrollan competencias técnicas, sino también un pensamiento crítico y reflexivo acerca del efecto de sus productos en los consumidores, promoviendo una perspectiva más innovadora y profesional en su labor y captando la atención de determinado público. Esto, además de potenciar su labor artesanal, les facilita ajustarse a las exigencias actuales sin olvidar el legado cultural que cada prenda porta.

Referencias

- Alsina, C. (2024). *Geometría y moda. Secretos del Vestir*. Los Libros de la Catarata.
- Casá, M. N. (2019). *La mirada semiótica de la moda: La dimensión comunicativa del vestido*. Digitales MINCYT.
- Centro de Estudios de Innovación Diseño y Marketing. (2024, 14 de agosto). *Psicología de las Formas*. Blog del Centro de Estudios de Innovación, Diseño y Marketing. <https://cei.es/>
- Echavarría, B. L., Uribe, J. Z., Cano, Á. M. J., Becerra, E. M., Avendaño, N., Carrasquilla, O., & Díaz, C. (s. f.). Exploración del tejido de punto manual y tricotado a partir de sus componentes matemáticos estructurales y su aplicación al vestuario. En *Experiencias investigativas del vestir y la moda III* (p. 25). Academia.
- Elizalde, A. L. (2013). *La figura vestida: concepción, desarrollo y producción de la prenda: proceso de diseño y materialización de un proyecto de vestuario* [Tesis de grado, Universidad de Palermo].
- EUROINNOVA International Online Education. (2024, 14 de agosto). *Conoce con Euroinnova qué es un proceso técnico artesanal*. Blog de la Universidad EUROINNOVA. <https://www.euroinnova.com/>
- Guamán Falcón, M. M. (2023). Signos y símbolos en el poncho-ruwana y kushma cañari: Signs and symbols in the poncho-ruwana and kushma cañari. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(1), 3092–3110. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.474>
- Hernández Moncada, M., & Regina Campos, M. (2022). Formas y significados del vestido en una sociedad posmoderna: el caso de San Salvador. *Kóot*, 2, 45–68.
- Lambourne, L. (2011). *The aesthetic movement*. Phaidon.
- Males Lema, F. A. (2016). *Modelo de optimización para la elaboración y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano y producción de camisetas serigrafiadas de la empresa artesanal “Maky”* [Tesis de grado, Escuela Politécnica Nacional].
- Martínez Arcos, A. C., & Gómez Saavedra, G. N. (2020). De la semiótica visual a la semiótica de la moda: identificando el color durante la Ruta Libertadora. *Designia*, 7(1), 85–115. <https://doi.org/10.24267/22564004.515>

- Millán de Palavecino, M. D. (1944). Forma y significación de los motivos ornamentales de las “llicas” chaqueñoses. *Relaciones de la Sociedad Argentina de Antropología*, 4, 9–32. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25447>
- Sevillano Fernández, M. (2022). *Diseño de moda: la otra cara de la Arquitectura* [Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid].
- Vargas Ortega, E. (2022). *Aplicación de la geometría euclidiana en el diseño de moda en el nivel secundario* [Tesis de maestría, Universidad Alas Peruanas].

The Art of Forms: Communicating Ideas through Garments

A arte das formas: comunicando ideias nas peças de vestuário

Nury Diana Contreras Espinosa

Universidad Autónoma de Querétaro | San Juan del Río | México

<https://orcid.org/0009-0000-6010-9209>

nury.contrera@uaq.mx

nury.coe@hotmail.com

Licenciada en Psicología por la Universidad Vasco de Quiroga en Morelia Michoacán, Maestra en Educación Basada en Competencias por la UVM, campus Querétaro y Doctorante de Docencia y Educación Artística por la Universidad de las Américas y el Caribe sede Colima. Cuenta con una Certificación en Red Conocer y un Diplomado en Arteterapia en el Aula. Es Coordinadora de Seguimiento a Egresados en de la Facultad de Artes del campus San Juan del Río y Colaboradora en la Universidad de Guanajuato, Universidad Continental de México, en León Guanajuato y Perú, además del Instituto de Posgrados y Especialidades para la Formación Continua en Morelia Michoacán. Autora y coautora de artículos publicados en revistas nacionales e internacionales.

Abstract

This content aims to develop the skills of artisans in garment making, enabling them to integrate geometric concepts and design elements into their craft to strengthen creativity, innovation, and cultural identity. Through the study of shapes, space, and figures, the course highlights how geometry influences the structure, aesthetics, and meaning of garments. The material reviews the history of artisanal design, the transformation of the craft since the Industrial Revolution, and the cultural relevance of Mexican handicrafts. It also explains the phases of artisanal production and its economic impact. In this context, the functionality and symbolism of geometric forms are analyzed, as well as the basic elements of design. Finally, the course emphasizes the importance of understanding visual language to create meaningful and competitive garments, allowing artisans to innovate without losing their cultural essence.

Keywords: Handcrafted design; Aesthetics; Psychology of form; Handcrafted production.

Resumo

Este conteúdo busca desenvolver competências em artesãos têxteis para integrar conceitos geométricos e elementos de design na elaboração de peças de vestuário, com o objetivo de fortalecer a criatividade, a inovação e a identidade cultural. Por meio do estudo das formas, do espaço e das figuras, destaca-se como a geometria influencia a estrutura, a estética e o significado das peças. O material revisita a história do design artesanal, a transformação do ofício desde a Revolução Industrial e a relevância cultural das artesanias mexicanas. Explica, ainda, as fases da produção artesanal e seu impacto econômico. Nesse sentido, analisa a funcionalidade e o simbolismo das formas geométricas, bem como os elementos básicos do design. Por fim, ressalta a importância de compreender a linguagem visual para criar peças significativas e competitivas, permitindo aos artesãos inovar sem perder sua essência cultural.

Palavras-chave: Design Artesanal; Estética; Psicologia das Formas; Produção Artesanal.

Capítulo 3

Innovación y tecnología

Francisco Javier Elizondo Sánchez

Resumen

Este contenido busca capacitar a los artesanos de Coroneo en el uso de herramientas digitales que fortalezcan la sostenibilidad y expansión del arte de la obrajería, por ello, la integración de la tecnología permite preservar la tradición al mismo tiempo que facilita el acceso a mercados más amplios. El módulo aborda conocimientos prácticos para mejorar la presentación y comercialización de productos de lana mediante fotografía profesional, redes sociales y creación de contenido visual. Se destacan técnicas clave como el uso de iluminación natural, fondos neutros y enfoques detallados para captar la calidad de las piezas. Además, se recomiendan plataformas como Instagram, Facebook, Pinterest y WhatsApp Business para promocionar, vender y construir comunidad. Asimismo, se incluyen estrategias de publicación, diseño gráfico básico, edición de video y creación de tiendas en línea. Finalmente, se subraya que la innovación digital, aplicada con autenticidad, puede asegurar un futuro sostenible para los artesanos y potenciar el valor cultural de sus creaciones.

Palabras clave:
Fotografía;
Publicaciones
visuales;
Redes Sociales;
Venta en línea;
Videos.

Elizondo Sánchez, F. J. (2025). Innovación y tecnología. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 81-88). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c767>



Objetivo

Capacitar a los artesanos de Coroneo con respecto al uso de herramientas digitales que potencien la sostenibilidad y expansión de su arte de la obrajería mediante una serie de estrategias prácticas con el fin de maximizar el impacto visual de sus creaciones y la diversificación de sus canales de venta para que comprendan cómo la innovación tecnológica puede coexistir con la tradición artesanal y permitir asegurar un futuro próspero y sostenible para su oficio.

Introducción

La innovación y la tecnología juegan un papel fundamental en la sostenibilidad y expansión del arte de la obrajería en Coroneo. La incorporación de herramientas digitales no solo permite a los artesanos mantener viva su tradición, sino también llegar a mercados más amplios y diversificados. Este módulo tiene como objetivo brindar a los artesanos conocimientos prácticos para mejorar la presentación, difusión y comercialización de sus productos de lana a través de plataformas digitales, maximizando el impacto visual y aprovechando las oportunidades del mercado global.

Innovación y tecnología

Fotografía de productos para la obrajería

Importancia de las imágenes de alta calidad

Las fotografías son el primer contacto visual que un cliente potencial tiene con un producto. Una buena imagen puede destacar la calidad, textura y detalles de las piezas artesanales, atrayendo a compradores interesados. Para la obrajería, esto es crucial, ya que las texturas y los colores juegan un papel importante en la apreciación del producto.

Técnicas para fotografiar productos de lana

- **Preparación del producto:** asegurarse de que el producto esté limpio, libre de imperfecciones y bien presentado.
- **Iluminación natural:** usar luz natural para resaltar las texturas de la lana y los colores. Evitar sombras duras que puedan distorsionar la imagen.
- **Fondo neutro:** utilizar fondos simples que no distraigan la atención del producto. Los fondos blancos o de colores suaves funcionan bien para destacar las piezas.
- **Enfoque en detalles:** fotografiar de cerca para mostrar detalles como patrones, tejidos y acabados. Esto es clave para que los clientes aprecien el trabajo artesanal.
- **Ángulos y composición:** capturar el producto desde diferentes ángulos para ofrecer una visión completa. Se recomienda incluir imágenes de uso para ayudar al cliente a imaginar el producto en su vida cotidiana.

Uso de redes sociales para la promoción y venta

Plataformas recomendadas

- **Instagram:** ideal para artesanías gracias a su enfoque visual. Permite crear un portafolio digital atractivo, usar etiquetas y conectar con clientes interesados en productos artesanales.
- **Facebook:** útil para construir una comunidad y vender directamente a través de Facebook Marketplace. Los grupos de interés también pueden ayudar a encontrar nichos específicos de clientes.

- **Pinterest:** excelente para inspirar y mostrar diseños únicos. Los pines funcionan como “carteles digitales” que pueden dirigir tráfico a la tienda en línea o redes sociales.
- **WhatsApp Business:** facilita la comunicación directa con clientes y permite gestionar pedidos y consultas de manera eficiente.

Estrategias de publicación y creación de contenido

- **Posts y Reels en Instagram:** crear contenido atractivo que muestre la historia detrás de cada pieza, incluyendo el proceso de producción. Los Reels son ideales para videos cortos que destaquen los colores y técnicas utilizadas.
- **Historias de Instagram y Facebook:** publicar ofertas, nuevos lanzamientos o procesos en tiempo real para mantener el interés constante de los seguidores.
- **Pines de Pinterest:** diseñar imágenes llamativas que no solo muestren el producto terminado, sino también posibles usos y combinaciones con otros elementos decorativos.

Planificación de contenidos

- **Calendario de publicaciones:** establecer un cronograma de publicaciones para mantener la presencia constante en redes. Esto puede incluir publicaciones semanales de productos, contenido educativo sobre el proceso de obrajería y promociones estacionales.
- **Uso de Hashtags:** emplear hashtags relevantes (#artesanía, #hechoamano, #lana, #Coroneo) para aumentar la visibilidad. Investigar tendencias para identificar etiquetas que ayuden a posicionar los productos en mercados más amplios.

Creación y edición de videos

Tipos de videos útiles para artesanos

- **Videos tutoriales:** mostrar cómo se elaboran los productos puede atraer a clientes interesados en el proceso artesanal. Estos videos pueden reforzar el valor del trabajo manual y la tradición.
- **Videos de presentación:** breves videos destacando el acabado final de los productos, mostrando usos sugeridos o combinaciones.
- **Videos en Vivo (Live):** realizar transmisiones en vivo para interactuar directamente con seguidores, responder preguntas y generar un vínculo más cercano con la audiencia.

Herramientas de edición de video

- **InShot, CapCut y Canva:** aplicaciones móviles fáciles de usar para cortar, editar y añadir música a los videos. Recomendadas para crear contenido atractivo y profesional sin requerir habilidades técnicas avanzadas.
- **Adobe Premiere Rush:** una opción más avanzada que permite una edición más precisa y detallada. Útil para videos promocionales de mayor duración.

Realización de publicaciones visualmente atractivas

Diseño gráfico básico para redes sociales

- **Uso de plantillas:** plataformas como Canva ofrecen plantillas para crear posts uniformes y estéticamente agradables. Esto facilita la creación de contenido visualmente

cohesivo sin necesidad de conocimientos avanzados de diseño.

- **Consistencia visual:** mantener una paleta de colores y fuentes consistentes que reflejen la identidad de la obrajería de Coroneo. Esto ayuda a crear una marca reconocible y profesional.

Recomendaciones generales para la venta en línea

Creación de tiendas en línea

- **Mercado Libre y Etsy:** plataformas recomendadas para artesanos que desean vender a nivel nacional e internacional. Permiten gestionar pedidos, envíos y ofrecer múltiples opciones de pago.
- **Página Web Propia:** considerar la creación de una tienda en línea para consolidar la presencia digital y ofrecer una experiencia de compra personalizada.

Estrategias de marketing digital

- **Publicidad pagada:** invertir en anuncios de bajo costo en Instagram y Facebook para llegar a públicos específicos. Utilizar las herramientas de segmentación para dirigirse a personas interesadas en productos artesanales y sostenibles.
- **Email marketing:** recopilar correos electrónicos de clientes para enviar boletines con actualizaciones, ofertas y novedades. Esta estrategia puede ayudar a fidelizar a clientes y mantener una comunicación constante.

Conclusión

La integración de la innovación y la tecnología es fundamental para fortalecer la obrajería de lana de borrego en Coroneo. Los artesanos, al adoptar estas herramientas, pueden no solo preservar su tradición, sino también expandir su alcance, crear nuevas oportunidades de mercado y fortalecer la economía local. La clave está en aprender a usar estas herramientas de manera efectiva, manteniendo siempre la esencia y autenticidad de cada creación.

Innovation and Technology

Inovação e Tecnologia

Francisco Javier Elizondo Sánchez

Universidad Virtual del Estado de Guanajuato | Coreno | México

<https://orcid.org/0009-0006-5307-3432>

paco.elizondo@gmail.com

paco.elizondo@gmail.com

Es Licenciado en Administración por la Universidad Autónoma de Querétaro y Maestro en Administración Estratégica por la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato, cuenta con un Técnico en Informática por el Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Guanajuato. Actualmente se encuentra estudiando el Doctorado en Innovación en la UVEG y un Master en Educación en la Universidad Tecnológica Latinoamericana. Es Director de Planeación en el Municipio de Coroneo, Guanajuato. Se desempeña como docente en el área Económico-Administrativo en la Universidad Autónoma de Querétaro, la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato, la Universidad Tecnológica Latinoamericana y la Universidad Virtual Liverpool.

Abstract

This content aims to train artisans in Coroneo in the use of digital tools that strengthen the sustainability and expansion of the art of wool weaving. The integration of technology allows for the preservation of tradition while facilitating access to broader markets. The module covers practical knowledge for improving the presentation and marketing of wool products through professional photography, social media, and visual content creation. Key techniques are highlighted, such as the use of natural lighting, neutral backgrounds, and detailed focus to capture the quality of the pieces. Platforms like Instagram, Facebook, Pinterest, and WhatsApp Business are recommended for promoting, selling, and building a community. Publishing strategies, basic graphic design, video editing, and online store creation are also included. Finally, it emphasizes that digital innovation, applied authentically, can ensure a sustainable future for artisans and enhance the cultural value of their creations.

Keywords: Photography; Visual publications; Social media; Online sales; Videos.

Resumo

Este conteúdo visa capacitar artesãos de Coroneo no uso de ferramentas digitais que fortaleçam a sustentabilidade e a expansão do ofício têxtil. Portanto, a integração da tecnologia permite preservar a tradição ao mesmo tempo em que facilita o acesso a mercados mais amplos. O módulo aborda conhecimentos práticos para melhorar a apresentação e comercialização de produtos de lã através de fotografia profissional, mídias sociais e criação de conteúdo visual. Destacam-se técnicas fundamentais, como o uso de iluminação natural, fundos neutros e closes detalhados para captar a qualidade das peças. Além disso, plataformas como Instagram, Facebook, Pinterest e WhatsApp Business são recomendadas para promoção, vendas e construção de comunidade. Da mesma forma, são incluídas estratégias de publicação, design gráfico básico, edição de vídeo e criação de lojas online. Por fim, sublinha-se que a inovação digital, aplicada com autenticidade, pode assegurar um futuro sustentável aos artesãos e potencializar o valor cultural de suas criações.

Palavras-chave: Fotografia; Publicações Visuais; Mídias Sociais; Vendas Online; Vídeos.

Capítulo 4

La magia del color

Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo

Resumen

La psicología del color estudia cómo los colores influyen en las emociones, percepciones y comportamientos humanos, siendo un elemento clave en áreas como el diseño, la mercadotecnia y los textiles. Cada color provoca reacciones específicas que dependen tanto de factores culturales como del contexto y la experiencia personal. El módulo explica los elementos físicos del color como el matiz, valor e intensidad, así como la clasificación entre colores cálidos, fríos y neutros, destacando sus efectos visuales y emocionales. También se revisan teorías y estudios relevantes, como el Círculo de Geneva que relaciona tonalidades con respuestas afectivas y patrones de consumo. Por otra parte, en el ámbito textil, comprender la influencia del color permite crear combinaciones más efectivas, favorecer la intención comunicativa del diseño y atraer a públicos específicos. Finalmente, se aborda cómo los colores construyen identidad de marca e influyen en la primera impresión del consumidor para fortalecer el posicionamiento mediante paletas cromáticas coherentes y estratégicas.

Palabras clave:
Color;
Emociones;
Identidad de marca;
Psicología del color.

Villanueva Cornejo, R. del C. (2025). La magia del color. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 90-111). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c768>



Objetivo

Reconocer la influencia del color en las emociones de los consumidores, identificando lo que cada color genera y simboliza, así como comprender de qué manera esto puede impactar en la construcción de una identidad de marca.

Introducción

La relación entre el color y las emociones ha sido un campo de interés tanto en la psicología como en el diseño y la mercadotecnia, los colores pueden generar reacciones que pueden ir desde la tranquilidad hasta la activación. Los colores que nos rodean tienen un impacto en lo que se siente y en lo que se interpreta. La psicología del color es el estudio de cómo el color afecta el comportamiento humano, siendo esta una rama del campo más amplio de la psicología del comportamiento. Esta ciencia explica cómo experimentamos el color y que cada color tiene una poderosa influencia sobre el estado de ánimo y mental de un individuo.

En este módulo se podrán identificar los elementos básicos que componen el color como experiencia física y sensorial, así como su connotación a nivel emocional. Se revisarán algunos simbolismos y reacciones emocionales asociadas con los diferentes colores. Las combinaciones más adecuadas dentro del campo textil, así como la importancia del color en la creación de la identidad de marca.

La magia del color

Los colores y las emociones

El ser humano desde sus orígenes ha utilizado los colores para expresar emociones, sentimientos y generar experiencias. El manejo del color ha pasado desde ser un elemento estético a ser un

elemento estudiado desde los procesos psicológicos de los individuos, volviéndose un aspecto importante que se aplica en diferentes áreas como el diseño, la mercadotecnia, la arquitectura etc. La psicología del color explora cómo los colores pueden generar diversas emociones, afectar nuestro estado de ánimo y comportamiento.

Si bien la respuesta emocional al color puede variar según factores como la cultura, las experiencias personales y el contexto, es posible identificar ciertos elementos comunes en la manera en la que ciertos colores afectan el estado emocional de las personas, influyendo en su comportamiento y conductas de consumo. Se puede definir al color como el fenómeno físico producido por una fuente luminosa que al chocar con los cuerpos u objetos provoca un determinado efecto y el cerebro la interpreta después de que los ojos perciben las ondas de luz.

Los colores han sido clasificados de la siguiente manera: Los *colores cromáticos*, son todos los colores, en cambio los *colores acromáticos* son solamente el negro, el gris y el blanco, también estos pertenecen a los colores neutros. Los *colores complementarios* son la mezcla de un color primario y un secundario. Los *colores cálidos* son los que van del amarillo al rojo, dando una sensación de calidez y temperatura mientras los *colores fríos* van del verde al violeta y dan una sensación de frialdad, lejanía y tristeza.

El color tiene tres cualidades visuales o características que permiten el poder diferenciarlos unos de otros:

- **Matiz:** es el nombre específico de cada color, son los diferentes tonos de todos los colores que conocemos (sus mezclas).
- **Valor:** grado de luz, claridad o de oscuridad que tiene un color.
- **Intensidad:** grado de saturación de un color, es decir, del porcentaje del color que este tenga.

El ojo humano responde cuando le llega una mezcla de colores. Muchos de los colores que llegan a nuestros ojos son mezclas de varios colores del espectro y este no puede distinguir qué colores han sido mezclados. La percepción de un color depende en gran parte del contexto o lugar donde se encuentre ya que los colores que están a su alrededor hacen que la tonalidad del color cambie o que se perciba de diferente forma.

Desde la perspectiva de la psicología del color cada uno tiene características propias asociadas con las emociones que pueden generar. Algunos colores son agradables; otros molestos, hay los que generan tranquilidad y también los que tienen un efecto más estimulante. Los colores en nuestro entorno nos hacen reaccionar psicológica y físicamente, si bien la reacción puede variar de una persona a otra en cuestión de intensidad en general se ha identificado una tendencia en la reacción y respuesta emocional. Las sensaciones psicológicas y sentimientos que provocan los colores varían en función de las costumbres sociales de un lugar o cultura.

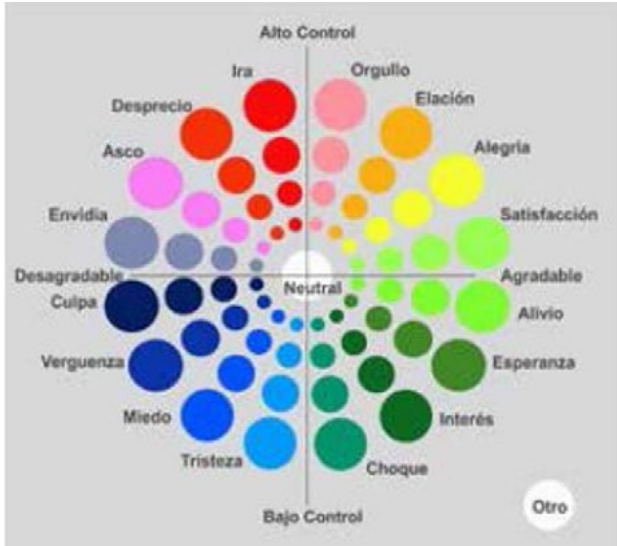
Faber Birren, psicólogo y diseñador, profundizó en el estudio del color desde un punto de vista terapéutico perspectiva terapéutica, investigó cómo los colores afectan tanto la mente como el cuerpo y observó que colores como el verde y el azul reducen el estrés y ayudan a relajarse, mientras que el rojo y el amarillo son más estimulantes y pueden aumentar la productividad.

El color es capaz de estimular o deprimir, puede crear alegría o tristeza. Ciertos colores favorecen sensaciones térmicas de frío o de calor y también pueden generar impresiones de orden o desorden. Se identifica al color con lo masculino y con lo femenino, con lo natural y con lo artificial, con lo romántico y con lo clásico, con la popularidad, la exclusividad y con lo popular. El color no sólo es sensación, sino que principalmente es generador de emociones. El impacto del color en la mente y en la emoción humana ha sido utilizado no solo por los artistas desde una perspectiva estética, también por los publicistas,

diseñadores, educadores, políticos, decoradores ya que se relaciona directamente en el comportamiento de las personas.

Para analizar cómo influye el color en la mente de las personas, en 2005 surge el Círculo de Geneva, esto es un instrumento elaborado tomando en cuenta las teorías del color con el fin de relacionar cada tono con una emoción. En los primeros estudios realizados en una prueba empírica en el 2012 se identificó que el amarillo se asociaba frecuentemente a la alegría, que el color negro se relaciona con mayor frecuencia con el miedo y que se tiende a vincular el rojo con la excitación. Se encontró también la relación entre los colores y las tendencias de consumo encontrando que el 51% de los participantes del estudio habían entrado en un establecimiento porque les había llamado la atención un color y que el 94% había comprado un objeto debido a su tonalidad cromática.

Figura 1. Círculo de Geneva



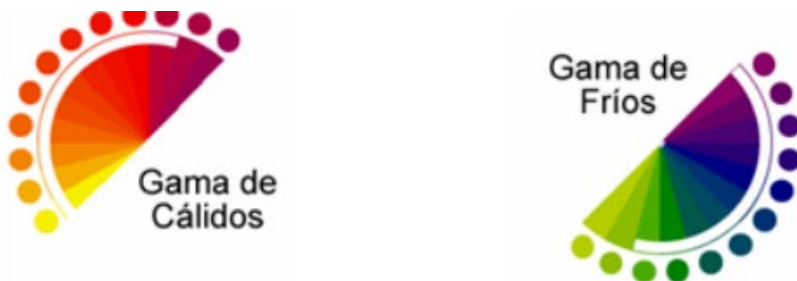
Fuente: Scherer (2005).

Retomando la clasificación de los colores, mencionada anteriormente, se pueden identificar colores fríos y cálidos,

denominados así en función de su situación en el espectro electromagnético. Los de onda larga se corresponden con los cálidos, y los fríos son los que proceden de ondas menores. Las sensaciones que el observador percibe están relacionadas y asociadas con elementos de tipo térmico, los amarillos, rojos y los que corresponden a sus familias recuerdan la idea del sol, calor y fuego; mientras los azules, verdes y muchos violetas tienen similitudes con la frescura, la profundidad, la humedad, el agua y el hielo.

Un color puede parecer frío o caliente según la proporción de otros que lleve en su mezcla y también según los que tenga a su alrededor. Esto en el área textil es sumamente importante ya que la combinación de colores puede generar reacciones que inviten a un consumidor a adquirir una prenda u otra.

Figura 2. Gama de colores cálidos y fríos

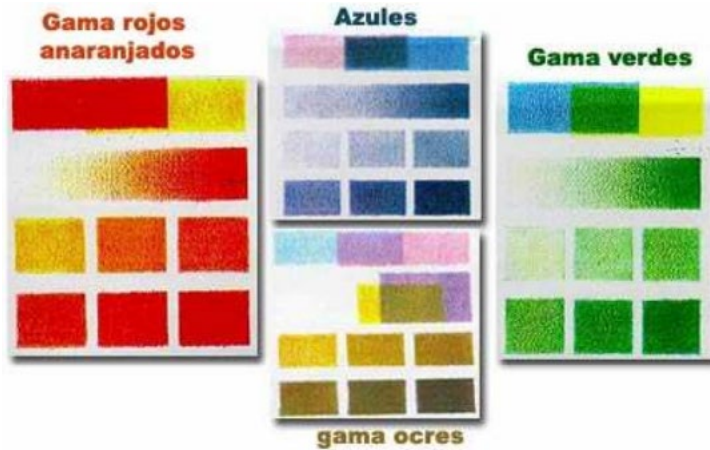


Fuente: Escola D' Art I Superior de Disseny de Vic (2020).

Los colores cálidos producen el efecto de expansión, por lo que son “salientes” cuando contrastan con otros; avanzan hacia el observador. Los fríos absorben la luz, son “entrantes” y dan la impresión de alejamiento. Cuanto más rojo o amarillo es un color más tiende a “salir”, llama más la atención; cuanto más azul, más parece que “retrocede” y se distancia. Los colores cálidos también proporcionan la impresión de mayor tamaño, debido precisamente a su efecto expansivo, mientras que los fríos dan lugar a que las superficies se vean más pequeñas. Cuando se pasa de tonalidades frías a cálidas, la impresión que se produce es de apertura y de

alargamiento. Sin embargo, cuando se da al contrario parece que las formas se encogieran y se redujeron sobre sí mismas.

Figura 3. Gama de colores



Fuente: Escola D'Art I Superior de Disseny de Vic (2020)

Actividad 1. *Reflexiona y contesta las siguientes preguntas.*

En mi actividad como artesano ¿En qué me beneficia conocer sobre la psicología del color?

En mis diseños acostumbro utilizar:

De 1-2 colores ()

De 2-4 colores ()

Más de 4 colores ()

¿Qué criterios utilizo para seleccionar las combinaciones de color en mis diseños?

Menciona tus tres colores favoritos y brevemente describe las emociones que te generan

El Significado cultural y simbólico de los colores

Los colores pueden tener diferentes significados, pueden variar de acuerdo al contexto cultural, social e histórico. Por ejemplo, un mismo color puede representar cosas opuestas en culturas diferentes, el color blanco en muchos países occidentales, representa la pureza, la inocencia y la paz. Es común en bodas y representa ideales de sinceridad y limpieza. En Asia, específicamente en países como la India y China, el blanco está relacionado con el duelo y la muerte, siendo el color que se usa en los funerales. Caso del morado o púrpura en Europa, está asociado históricamente con la realeza y la nobleza, debido a que era un color costoso de producir. También es símbolo de creatividad, misterio y espiritualidad. En Japón, el morado representa riqueza y aristocracia, pero también puede simbolizar la espiritualidad y la conexión con el mundo espiritual y en América Latina, el morado se relaciona con el luto y es un color popular en celebraciones religiosas y rituales de Semana Santa.

A continuación, se describen los principales simbolismos y las reacciones emocionales de los diferentes colores, si bien como ya se ha mencionado la reacción puede variar de un individuo a otro si es posible generar ciertas tendencias de comportamiento y reacción.

En general los colores son asociados con estos conceptos:

Tabla 1. Colores

Colores	Significado asociado culturalmente	Sentimiento o reacción emocional asociada
Blanco (neutro)	Se relaciona con la pureza, la inocencia, la limpieza, la paz y la virtud.	Tranquilidad.
Negro (neutro)	Muerte, luto, pero también poder y elegancia.	Tristeza, Miedo.
Rosa (cálido)	Se relaciona con lo femenino, flores, suave y tranquilo.	Dulzura, Ternura.
Amarillo (cálido)	Color de la luz y del oro. Se relaciona con la riqueza y la abundancia, con la acción y el poder. El “amarillo oro” ha venido a simbolizar la divinidad en la religión. También puede relacionarse con la tradición, la envidia.	Alegría, Entusiasmo.
Rojo (cálido)	Corazón, sangre, demuestra alegría y fiesta. Es impulsivo y simboliza el fuego, la pasión, la fuerza y la revolución.	Enojo, Furia, Amor.
Azul (frío)	Es el color del espacio, de la lejanía y del infinito, se asocia con lo masculino, el agua y el cielo. En publicidad se le relaciona con la limpieza y la frescura. Es un color, como todos los fríos, que parece alejarse, y simboliza ideas de tranquilidad, afecto, frío e inteligencia.	Serenidad, Calma, Nostalgia.

Colores	Significado asociado culturalmente	Sentimiento o reacción emocional asociada
Verde (frío)	Es el color de la naturaleza, la vegetación y de la humanidad. Representa la esperanza y el equilibrio emocional, también puede llegar a asociarse con el veneno y el simbolismo de los reptiles.	Esperanza, Simpatía.
Naranja (cálido)	Se relaciona con el entusiasmo, la acción, el movimiento. Con el significado simbólico de los cítricos, el fuego y la comida.	Hambre, Deseo de consumir, Calidez, Amabilidad.
Morado	Se asocia con el poder, la magia, la creatividad, pero también con la tristeza y la penitencia.	Calma, Introspección.

Fuente: elaboración propia

Figura 4.



Fuente: Buleboo (2025).

Actividad 2. Relaciona las columnas, de acuerdo al simbolismo o emoción que se relaciona con cada uno de los colores, coloca el número correspondiente en el paréntesis

Tabla 2.

1.- Rojo	() Se relaciona con la naturaleza, la vitalidad, genera sensación de esperanza, se identifica con conceptos saludables
2.- Verde	() Se relaciona con la alegría, la energía, con la abundancia.
3.- Azul	() Genera sensación de paz, tranquilidad se asocia con conceptos como la inocencia, la pureza, la limpieza
4.- Negro	() Se asocia a la comida, es común verlo presente tanto en la decoración como mobiliario de restaurantes
5.- Naranja	() Se asocia con la elegancia, el poder pero también con el duelo, puede llegar a generar sensaciones de miedo,
6.- Morado	() Se relaciona con la tranquilidad, la calma y el equilibrio. Genera sensación de seguridad.
7.- Blanco	() Se asocia con emociones como el enojo. Refleja fuerza, energía, pasión
9.- Amarillo	() Se asocia con la creatividad, la reflexión. Puede simbolizar magia, sabiduría, religiosidad y reflexión

Fuente: elaboración propia

Psicología del color y significado aplicado en textiles: diseños y combinaciones

Colores cálidos

Los colores cálidos proyectan sensación de calor. Se clasifican en esta categoría colores como el rojo, el naranja y el amarillo. Suelen asociarse a conceptos como el fuego o la pasión, aunque también se relacionan con el atardecer o la naturaleza, por ejemplo, el otoño. Al estar asociados con una sensación térmica pueden transmitir calidez, cercanía, vitalidad, entusiasmo, dinamismo, alegría hasta peligro.

Rojo

Sin duda es un color que llama la atención, transmite energía y fortaleza, puede influir en nuestro estado de ánimo y tiende a ser escogido en prendas para actividades más de carácter físico que

reflexivo. Es frecuente que sea un tejido elegido para llamar la atención, puede combinarse con otros tonos de la familia de los colores cálidos generando sensaciones de movimiento, fuerza, energía y vitalidad.

Naranja

Genera sensación de energía y de calor. Suele tener asociaciones con lo joven y lo divertido. Puede representar creatividad y entusiasmo. En cuestión de prendas tiende a ser llamativa, incluso se usan en los uniformes de relacionados con emergencias. Un toque de naranja en una prenda puede determinar un área específica que llama la atención.

Amarillo

Es un color que genera una sensación de optimismo, simbólicamente se relaciona con el sol por lo que se asocia con calidez, energía y vida. Se aplica mucho en la industria de alimentos y hogar. No es un color que mucha gente prefiera en el momento de utilizarlo en una prenda, tiende a considerarse una elección atrevida y arriesgada, sin embargo, es útil si se busca llamar la atención transmite jovialidad, impulsividad y juventud.

Colores Fríos

Los colores fríos son aquellos que transmiten una sensación de baja temperatura. Se clasifican como colores fríos el azul, el verde y el violeta, suelen asociarse a conceptos como la noche, el invierno, el mar o el propio frío. Dependiendo de su tonalidad, los colores fríos pueden llegar a proyectar una sensación de tranquilidad, calma, o, incluso, de profesionalidad. Pueden asociarse con sensaciones de paz, calma soledad, nostalgia e incluso tristeza.

Azul

Se asocia con la seguridad, la seriedad y la confianza, muchas marcas del sector financiero, y salud lo usan como color representativo. Al parecer es el color preferido de muchas personas, este dato es importante ya que es muy probable que una pieza en tonos de azul resulte atractiva a un mayor número de consumidores.

Verde

El color verde se relaciona con la serenidad y la armonía, se asocia con la naturaleza y al ser una mezcla entre un color cálido y uno frío genera una sensación de equilibrio. Nuestro cerebro asocia lo verde como bueno y saludable. Puede relacionarse con sentimientos de juventud y frescura. En su aplicación a tejidos, es interesante saber que el color verde es de fácil proceso para el ojo humano y la mente, lo que hace que sea relajante para la vista.

Violeta

Es un color que puede proyectar elegancia, creatividad, imaginación, si se usa en tonos claros puede generar una experiencia más relajante, si se usa en tonos más oscuros puede representar cierto poder, misticismo. (por ejemplo, el utilizado en ceremonias religiosas). Puede combinarse con tonos grises, dando un contrapeso a los colores base que lo componen (azul y rojo)

Colores Neutros

Son aquellos tonos completamente acromáticos, carentes de color puro. Constituyen un gran recurso en el momento de diseñar tejidos y estampados textiles enfocados a diferentes tipos de necesidad. Los colores neutros el blanco, el gris y el negro, al combinarlos con

pequeñas proporciones de colores cálidos o fríos, se puede obtener una amplia gama de tonos neutros, con niveles de baja saturación. Los colores neutros tienen una gran versatilidad para combinar con todo, característica importante para su aplicación en tejidos.

Blanco

El uso de color blanco en las prendas suele representar inocencia, pureza, simplicidad, claridad, sinceridad e incluso sofisticación. Transmite tranquilidad, es probablemente el color más atemporal de todos. Su aplicación a tejidos, se puede relacionar con un gusto refinado y elegante, generando amplitud en los ambientes en los que se encuentra y aportando luminosidad. Puede combinarse la mayoría de los colores, a excepción de tonos claros de amarillo y naranja

Gris

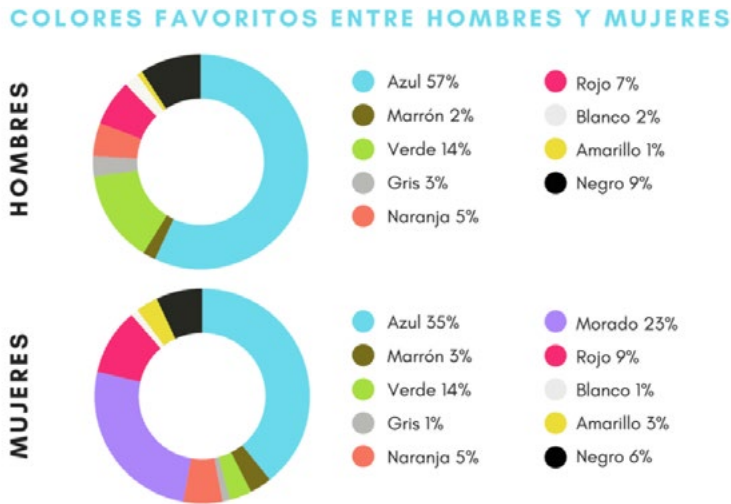
El color gris simboliza la neutralidad, la indecisión e incluso la ausencia de energía, en ocasiones, el color gris puede proyectar tristeza o melancolía, al ser muy neutro también puede relacionarse con conceptos de lujo o elegancia. Su característica neutral le permite ser armónico con casi todos los colores y puede generar combinaciones que transmiten equilibrio entre los colores utilizados. El color gris puede aportar matices en los textiles, sobre todo cuando se combina con tonos cercanos a los plateados.

Negro

En el mundo textil puede asociarse con estilo, sofisticación y exclusividad. También puede encontrarse en prendas que representan austeridad. Su combinación o contraste con el color blanco es muy interesante, ya que suelen generar un escenario muy concreto entre la pureza y lo exclusivo. Añadiendo pequeños contrastes de un color al otro en un tejido, se consiguen entornos muy atrevidos y estimulantes.

Es importante además conocer cuáles son las preferencias de los consumidores en cuanto a colores y combinaciones para poder lograr que nuestro producto se vuelva atractivo a determinado mercado. A continuación, se muestra una gráfica de distribución de colores de acuerdo a las preferencias entre hombres y mujeres.

Figura 5. Colores favoritos



Fuente: Buleboo (2025).

Actividad 3. Clasificación de colores.

Completa la información mencionando los colores que corresponden a cada categoría, en el centro realizar un diseño simple utilizando únicamente los tres colores mencionados.

Colores cálidos		
Colores fríos		
Colores neutros		

Identidad de marca a través del color

La selección de los colores que componen la identidad visual de una marca es un proceso muy importante para que se guarden en la memoria. El impacto a nivel emocional puede influir directamente en ventas o recomendaciones.

Varios estudios en el área de la mercadotecnia mencionan que el 60% de la primera impresión de un consumidor al ver un nuevo producto se relaciona con el color. Los colores son un componente fundamental de la identidad visual de la marca, pueden influir en los sentimientos, pensamientos y comportamiento de los consumidores. Los colores generan asociaciones en la mente de los consumidores que afectan a la imagen de marca, a su reconocimiento y a su evaluación.

La psicología del color es una herramienta imprescindible para posicionar una marca. Los colores elegidos adecuadamente definen el valor de la misma, la fortalecen y respaldan su posicionamiento logrando que los clientes la identifiquen y recuerden. La intención es generar sensaciones específicas utilizando los colores adecuados generando un concepto que incluye la marca, los colores distintivos en los productos, etc.

Es importante que en caso de los productos textiles es necesario tener presente el tipo de población a la que se desea impactar, tomando en cuenta rango de edad, sexo, contexto social y cultural. De esta manera se pueden utilizar las combinaciones que pueden resultar más atractivas y llamativas que permiten que el consumidor pueda ubicar tanto la marca como el producto. La paleta de colores que se seleccione debe representar la filosofía de la marca y sus valores principales. Debe estar compuesta por combinaciones cromáticas que funcionen juntas, pueden pertenecer al mismo grupo, ser complementarias o simplemente porque logran una armonía cromática. Una recomendación para combinar colores al integrar una marca es que debe tener como máximo cinco colores: un color oscuro, un color principal, color secundario, un color claro y uno neutro, teniendo presente lo que se intentará transmitir.

A continuación, se describen algunos pasos para lograr una identidad de marca utilizando la psicología del color:

Definir la personalidad y los valores de la marca.

Antes de elegir colores, es importante identificar los valores y la personalidad que la marca desea comunicar. Esto se puede identificar respondiendo las siguientes preguntas:

- En relación con sus valores: ¿Es una marca ética, sustentable, innovadora, tradicional?
- Respecto a su personalidad: ¿Es amigable, sofisticada, divertida o profesional?
- El público al que se dirige: ¿A quiénes busca atraer la marca y cuáles son sus intereses, expectativas y estilo?

Por ejemplo, una empresa de productos sustentables puede usar tonalidades en verde y café. Una empresa de tecnología puede seleccionar tonos fríos en azul y gris.

Selección del color primario: este es fundamental para darle identidad a la marca y al producto.

El color primario es el que mejor representa la esencia de la marca y es el más visible en el logotipo y otros elementos visuales clave. Este color debe elegirse cuidadosamente basándose en la psicología del color tomando en cuenta los simbolismos y significados revisados previamente.

Agregar colores secundarios para complementar y diferenciar. Los colores secundarios complementan el color primario y ayudan a crear una paleta de colores equilibrada que fortalece la identidad de marca. Al elegir colores secundarios, se recomienda:

- Usar tonos que armonicen con el color principal para evitar el desorden visual.
- Elegir colores secundarios que refuercen los valores de la marca.
- Evitar colores que puedan generar emociones contrapuestas o confusas para el cliente.

Crear consistencia a través de los colores. La consistencia en el uso del color es clave para crear una identidad de marca fuerte y reconocible. Se deben utilizar los mismos colores en todos los puntos de contacto, como el sitio web, las redes sociales, el empaque y la publicidad, mantener la combinación de colores estable para que pueda recordarse con facilidad.

Es importante corroborar si realmente los colores elegidos para la marca generan las emociones y comportamientos esperados. Sin duda la psicología del color se vuelve una herramienta fundamental para crear la identidad de marca y generar un impacto en la mente del consumidor.

Actividad 4. Reflexiona y responde

Tomando como referencia la información del presente módulo, describe de manera breve qué representa el color en las siguientes marcas y qué tipo de emoción buscan generar en el consumidor.











Referencias

- Azul, C. E. C., Azul, B. C., Enriqueta, A. A. N., Lizette, G. R. C., Jazmín, R. V. N., & Elizalde, M. A. C. (s. f.). *Amor y dolor son del mismo color: La psicología de los colores*.
- Canva. (s. f.). *Psicología del color: Significado y teoría detrás de los colores*. CANVA. <https://n9.cl/7e4ap>
- Carrascal, B. L. V., Angarita, H. L. P., & Hernández, C. C. (2020). La psicología del color en el diseño. *Revista Convicciones*, 7(14), 46-50.
- Instituto de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata. (s. f.). *Psicología del color*. Universidad Nacional de La Plata.
- Manatex. (s. f.). *Psicología del color en textiles: Colores neutros*. <https://n9.cl/wkuqm>
- Martí, S. (1960). Simbolismo de los colores, deidades, números y rumbos. *Estudios de Cultura Náhuatl*, 2, 93-127.
- Martínez, J. (2023, 24 de febrero). La psicología del color en marketing digital. *Marketing Digital Blog*. <https://n9.cl/ufhbgw>
- Murga Machaca, D. R. (2019). *Psicología del color en el marketing* [Trabajo de investigación, Universidad Peruana Unión].
- Peláez Becerra, S. M., Gómez Gómez, P., & Becerra, M. A. (2016). Emociones cromáticas: análisis de la percepción de color basado en emociones y su relación con el consumo de moda. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 14(28), 83-96.
- Sánchez Garay, D., Montalvo Pérez, D. A., Guevara López, C. A., & González Bonilla, J. C. (2019). El color como generador de experiencias: significación del color en el marketing de servicios. *Revista Publicando*, 6(20), 54-67.

The Magic of Color

A magia da cor

Rebeca del Carmen Villanueva Cornejo

Universidad Autónoma de Querétaro | Querétaro | México

<https://orcid.org/0009-0003-8893-2653>

rebeca.villanueva@uaq.mx

rebeca.villanueva@uaq.edu.mx

Licenciada en Psicología por la Universidad Intercontinental y Maestrante en Intervención Educativa de la Universidad Intercontinental. Cuenta con una Especialidad como Orientador Humanista por el Instituto Humanista de Psicoterapia Gestalt, Experiencia en el área clínica y educativa de más de 25 años. Responsable del área de psicopedagogía en diferentes instituciones a nivel Secundaria, Media Superior y Superior. Asimismo, tiene entrenamiento en estimulación temprana y neurodesarrollo, psicodiagnóstico, manejo de conductas de riesgo en adolescentes y arteterapia, y experiencia en talleres para padres en temas de crianza y desarrollo infantil, orientación vocacional y consejería. Su experiencia docente radica en más de 20 años trabajando en poblaciones tanto de infantes, adolescentes y adultos y actualmente es docente en la Licenciatura de Docencia de las Artes (UAQ-Campus San Juan del Río).

Abstract

Color psychology studies how colors influence human emotions, perceptions, and behaviors, making it a key element in areas such as design, marketing, and textiles. Each color evokes specific reactions that depend on cultural factors, context, and personal experience. This module explains the physical elements of color, such as hue, value, and intensity, as well as the classification of colors as warm, cool, and neutral, highlighting their visual and emotional effects. It also reviews relevant theories and studies, such as the Geneva Color Circle, which links hues to affective responses and consumption patterns. Furthermore, in the textile industry, understanding the influence of color allows for the creation of more effective combinations, enhances the communicative intent of the design, and attracts specific audiences. Finally, it addresses how colors build brand identity and influence the consumer's first impression, strengthening positioning through coherent and strategic color palettes.

Keywords: Color; Emotions; Brand identity; Color psychology.

Resumo

A psicologia das cores estuda como as cores influenciam as emoções, percepções e comportamentos humanos, sendo um elemento-chave em áreas como design, marketing e têxteis. Cada cor provoca reações específicas que dependem tanto de fatores culturais quanto do contexto e da experiência pessoal. O módulo explica os elementos físicos da cor, como matiz, valor e intensidade, bem como a classificação entre cores quentes, frias e neutras, destacando seus efeitos visuais e emocionais. Também revisa teorias e estudos relevantes, como o Círculo de Genebra, que relaciona tonalidades com respostas afetivas e padrões de consumo. Por outro lado, no âmbito têxtil, compreender a influência da cor permite criar combinações mais eficazes, favorecer a intenção comunicativa do design e atrair públicos específicos. Por fim, aborda-se como as cores constroem a identidade da marca e influenciam a primeira impressão do consumidor para fortalecer o posicionamento por meio de paletas cromáticas coerentes e estratégicas.

Palavras-chave: Cor; Emoções; Identidade de Marca; Psicologia das Cores.

Capítulo 5

Marco legal para el proceso de exportación

Darwin Ordoñez Iturralde

Resumen

La exportación de productos artesanales representa una oportunidad estratégica para que los artesanos de Coroneo, Guanajuato, accedan a mercados internacionales, siempre que comprendan el marco legal y los procesos del comercio exterior. Exportar implica no solo conocer la demanda global, sino también cumplir con normativas, aranceles, clasificaciones y procedimientos aduaneros que garantizan un comercio justo y transparente. Para decidir exportar, los artesanos deben analizar su mercado objetivo, capacidad productiva, costos y adaptación del producto. Asimismo, la promoción internacional requiere una propuesta de valor sólida, estrategias de marketing digital y comprensión de los Incoterms que definen responsabilidades en las transacciones. El proceso legal incluye el registro como exportador, permisos sanitarios y ambientales, certificados de origen y correcta clasificación arancelaria. Finalmente, los acuerdos internacionales y organismos como la OMC y la ONU facilitan el intercambio comercial mediante reglas claras que promueven la integración económica y reducen barreras para los productos artesanales mexicanos.

Palabras clave:
Acuerdos
Internacionales;
Exportación;
Marco legal;
Requisitos legales.

Ordoñez Iturralde, D. (2025). Marco legal para el proceso de exportación. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.). *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 113-141). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c769>



Objetivo

Proporcionar una comprensión general del marco legal y normativo que regula los procesos de exportación para asegurar que los productos artesanales de obrajería puedan acceder al mercado internacional cumpliendo con las normativas vigentes.

Introducción

Exportar productos artesanales es una oportunidad única para que los artesanos de Coroneo, Guanajuato, lleven el talento y la creatividad local al mundo. Pero más allá de la emoción de ver sus obras cruzar fronteras, para acceder a mercados internacionales, es indispensable conocer y respetar las reglas que hacen posible este intercambio de bienes en el mercado internacional. El éxito de una exportación no solo depende de la belleza y calidad de los productos, sino también de cumplir con las leyes que aseguran un comercio justo y transparente.

El proceso de exportación no se debe limitar a conocer la demanda de productos artesanales en el extranjero, sino también familiarizarse con el marco legal que regula la salida de mercancías de México hacia otros países y el ingreso de los productos al mercado meta. Este conocimiento abarca desde entender los términos de negociación, los tratados comerciales internacionales que facilitan el intercambio hasta la normativa aduanera, aranceles y certificaciones requeridas para que los productos lleguen de manera legal y competitiva al destino final.

En este módulo, se presentará una visión general y comprensiva de los aspectos fundamentales del proceso de exportación, con énfasis en el cumplimiento de las leyes nacionales e internacionales, los procedimientos aduaneros y las buenas prácticas para proteger sus creaciones en el exterior. De esta manera, podrán asegurar que sus productos de obrajería no solo lleguen al mercado internacional, sino

que lo hagan de manera sostenible y cumpliendo con las normativas vigentes, garantizando así el éxito y la permanencia en el comercio exterior.

La meta es que los artesanos y productores locales puedan entender cómo enviar sus productos al extranjero con la tranquilidad de que están cumpliendo con todas las normativas necesarias. De este modo, podrán abrir nuevas oportunidades, aumentar su competitividad y asegurar que sus productos lleguen a las manos correctas de forma legal y sostenible.

Marco legal para el proceso de exportación

Generalidades del Comercio Exterior

Concepto y factores clave del comercio exterior

Definición. El comercio exterior se refiere al intercambio de bienes y servicios entre países, que permite a las naciones acceder a productos no disponibles localmente, diversificar su oferta y generar ingresos a través de exportaciones. Para la obrajería, el comercio exterior es una oportunidad de expandir mercados, mostrar las creaciones artesanales a nivel internacional y generar valor económico y cultural.

Es la actividad que registra o regula el intercambio comercial de un país con el resto del mundo. Debe tener un parámetro que permita una relación sana y provechosa. La actividad comercial de un país y sus precios (p) de intercambio de bienes, se ve afectada por los factores de la oferta (O) y demanda (D), cuando estos provocan distorsiones en los mercados se genera o crea la oportunidad de vender o comprar productos a los mercados extranjeros.

Distorsiones del mercado

$O = D$	$OA = DA$	p 		
$O > D$	$OA > DA$	$p \downarrow$	Superávit	X (Exportación)
$O < D$	$OA < DA$	$p \uparrow$	Déficit	M (Importación)

Principales factores que intervienen en el proceso de exportación. Los factores más relevantes en el proceso de exportación de productos artesanales incluyen:

- **Mercado:** identificar a qué mercados internacionales se dirigen los productos, evaluando la demanda de productos artesanales y las características de los consumidores.
- **Cliente:** definir el perfil del cliente internacional, sus preferencias culturales y de consumo, y cómo estas afectan la forma en que se ofertan los productos.
- **Logística:** la logística cubre todo el proceso físico de exportar, desde el empaque y transporte de los productos hasta la entrega en el mercado internacional, asegurando que se cumplan con las normativas de cada país.

Exportación vs. importación: diferencias y enfoque en la exportación artesanal

Diferencias conceptuales entre exportar e importar. La exportación y la importación son dos aspectos fundamentales del comercio internacional, pero tienen significados y procesos distintos:

- **Exportación:** implica la venta y el envío de bienes y servicios desde un país a otro. Para los artesanos de Coroneo, la exportación significa llevar sus productos a mercados internacionales. Este proceso incluye la búsqueda de clientes, la negociación de precios y la logística de envío.
- **Importación:** se refiere a la adquisición de bienes y servicios de otros países. Para las empresas de obrajería, esto puede

significar traer materiales o herramientas necesarias para la producción. La importación permite a los artesanos acceder a insumos que no están disponibles localmente, lo cual puede enriquecer su oferta de productos.

Ventajas y desafíos específicos de la exportación para los artesanos. La exportación presenta tanto oportunidades como desafíos para los artesanos. Algunos de ellos son:

Ventajas:

- Acceso a nuevos mercados: la exportación abre la puerta a un mercado global, lo que puede incrementar las ventas y la visibilidad de los productos artesanales.
- Diversificación del riesgo: al exportar, los artesanos pueden reducir su dependencia del mercado local, lo que les ayuda a estabilizar sus ingresos.
- Reconocimiento de calidad: la exportación puede validar la calidad y singularidad de las creaciones artesanales en el ámbito internacional, lo que puede elevar el prestigio de la marca.

Desafíos:

- Cumplimiento normativo: los artesanos deben estar al tanto de las regulaciones de exportación de su país y del país de destino, lo que puede ser un proceso complejo.
- Costos adicionales: la exportación puede implicar costos significativos, como tarifas de envío, seguros y gastos de aduanas, que deben ser considerados en el precio del producto.
- Barreras culturales y de idioma: las diferencias culturales y lingüísticas pueden complicar la negociación y la relación con los clientes internacionales.

La decisión de exportar

Factores a considerar antes de decidir exportar productos artesanales. Tomar la decisión de exportar no es un proceso que se deba tomar a la ligera. Los artesanos deben evaluar varios factores para determinar si esta estrategia es adecuada para sus productos y su negocio.

Algunos de los factores clave a considerar incluyen:

- **Investigación de mercado:** es fundamental realizar un análisis exhaustivo del mercado internacional. Esto implica conocer la demanda de productos similares, identificar tendencias de consumo y analizar la competencia en los mercados potenciales. Una comprensión profunda del entorno de mercado ayudará a determinar si hay un espacio para sus productos artesanales.
- **Recursos y capacidades:** antes de exportar, los artesanos deben evaluar si cuentan con los recursos necesarios, tanto materiales como humanos. Esto incluye la capacidad de producción para satisfacer la demanda internacional, así como el tiempo y el personal necesario para manejar el proceso de exportación.
- **Adaptación del producto:** los productos artesanales pueden necesitar modificaciones para adaptarse a las preferencias y normativas de los mercados extranjeros. Es importante considerar si es posible realizar esos ajustes sin comprometer la esencia y calidad del producto.

Evaluación de la capacidad productiva y del potencial de los productos para el mercado internacional. La decisión de exportar también requiere una evaluación realista de la capacidad productiva y del potencial de los productos:

- **Capacidad productiva:** los artesanos deben tener una idea clara de cuántos productos pueden producir y en qué plazo. La capacidad de producción debe ser suficiente para cumplir con la demanda de los clientes internacionales y para evitar demoras que puedan afectar la reputación de la marca.
- **Potencial de los productos:** es importante valorar si los productos tienen características que los hagan atractivos para el mercado internacional. Esto puede incluir la originalidad, la calidad, el diseño y la sostenibilidad de los productos. Artesanías que cuenten con una narrativa cultural única o que utilicen materiales ecológicos pueden tener mayor aceptación en el mercado internacional.

La decisión de exportar debe basarse en un análisis completo y realista de estos factores, para maximizar las oportunidades de éxito en el mercado global.

Exploración de mercados internacionales

Métodos para identificar y evaluar mercados potenciales. Explorar mercados internacionales es un paso fundamental para los artesanos que desean exportar sus productos.

Existen varios métodos que pueden ayudar en esta identificación y evaluación:

- **Análisis de mercado:** realizar estudios de mercado es esencial para comprender la demanda de productos artesanales en diferentes países. Estos estudios pueden incluir encuestas, entrevistas y análisis de datos de ventas. Herramientas como informes de mercado, estadísticas de comercio internacional y plataformas de investigación pueden proporcionar información valiosa sobre tendencias y oportunidades.
- **Ferias y exposiciones internacionales:** participar en ferias comerciales y exposiciones dedicadas a la artesanía y

productos hechos a mano permite a los artesanos conectar directamente con compradores, distribuidores y otros actores de la industria. Estas plataformas ofrecen una excelente oportunidad para presentar productos, obtener retroalimentación y establecer relaciones comerciales.

- **Redes y asociaciones:** colaborar con organizaciones y asociaciones comerciales que promuevan la exportación puede ser beneficioso. Estas entidades a menudo ofrecen recursos, capacitaciones y contactos en mercados internacionales, facilitando el acceso a información sobre oportunidades comerciales y requisitos legales.

Herramientas para localizar clientes internacionales interesados en artesanías. Una vez identificados los mercados potenciales, el siguiente paso es localizar clientes interesados en productos artesanales. Algunas herramientas y estrategias incluyen:

- **Plataformas de comercio electrónico:** utilizar plataformas de venta en línea, como Etsy, Amazon Handmade o MercadoLibre, puede ser una forma eficaz de llegar a clientes internacionales. Estas plataformas permiten a los artesanos exhibir sus productos y acceder a un público global, facilitando la venta directa.
- **Marketing digital y redes sociales:** aprovechar las redes sociales (como Instagram y Facebook) para promocionar productos y conectar con clientes potenciales es clave en la era digital. Crear contenido atractivo y mostrar el proceso de elaboración de las artesanías puede captar el interés de consumidores internacionales.
- **Contactos directos:** el uso de redes de contactos, como cámaras de comercio y asociaciones de artesanos, puede facilitar la identificación de clientes potenciales. Participar en eventos de networking y conferencias de comercio

internacional puede abrir puertas a nuevas relaciones comerciales.

Promoción y negociación de exportaciones

Estrategias clave para promover productos artesanales en el exterior. La promoción efectiva de productos artesanales es esencial para captar la atención de los clientes internacionales y asegurar ventas exitosas. Algunas estrategias clave incluyen: Desarrollo de una propuesta de valor única, campañas de marketing digital; y, Colaboraciones y asociaciones.

Para el desarrollo de una propuesta de valor única es necesario definir claramente lo que hace que los productos artesanales sean especiales. Esto puede incluir la calidad de los materiales, el proceso de producción artesanal, la historia detrás de cada pieza, y el impacto social o ambiental positivo. Una propuesta de valor bien articulada puede diferenciar a los artesanos en un mercado competitivo.

Las campañas de marketing digital, pueden ayudar a aumentar la visibilidad de los productos. Estas campañas deben estar dirigidas a los segmentos de mercado específicos identificados previamente. Las colaboraciones y asociaciones permiten formar alianzas con influencers, bloggers y otros artistas puede ampliar el alcance de las promociones. Estas colaboraciones pueden resultar en publicaciones, menciones y reseñas que incrementen la credibilidad y la exposición de los productos.

Introducción a los Incoterms y su importancia en las negociaciones de exportación. Los Incoterms (Términos Internacionales de Comercio) son un conjunto de normas que definen las responsabilidades y obligaciones de compradores y vendedores en las transacciones internacionales. Conocer estos términos es fundamental para las negociaciones de exportación:

Definición de Incoterms: los Incoterms establecen quién es responsable de los costos y riesgos asociados al transporte y la entrega de productos. Ejemplos comunes son: EXW (Ex Works), FOB (Free On Board) y CIF (Cost, Insurance and Freight).

Comprender los Incoterms permite a los artesanos negociar de manera más efectiva. Al definir claramente las responsabilidades, se pueden evitar malentendidos y conflictos con los compradores internacionales. Además, una elección adecuada de Incoterms puede influir en el costo final del producto y en la competitividad en el mercado.

- **EXW (Ex Works).** El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en su propio local o en otro lugar convenido (fábrica, almacén, etc.). El comprador asume todos los costos y riesgos desde ese punto en adelante.
- **FCA (Free Carrier).** El vendedor entrega la mercancía, despachada para la exportación, a un transportista designado por el comprador en un lugar acordado. Los riesgos se transfieren al comprador en este punto.
- **FAS (Free Alongside Ship).** El vendedor entrega la mercancía junto al buque en el puerto de carga convenido. El riesgo se transfiere al comprador en ese momento, y el vendedor asume los costos hasta ese punto.
- **FOB (Free On Board).** El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto de carga convenido. El riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía está a bordo del buque.
- **CFR (Cost and Freight).** El vendedor asume los costos y el flete para llevar la mercancía al puerto de destino, pero el riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía está a bordo del buque.

- **CIF (Cost, Insurance and Freight).** Similar al CFR, pero el vendedor también debe contratar un seguro para cubrir los riesgos de pérdida o daño durante el transporte. El riesgo se transfiere al comprador al estar la mercancía a bordo del buque.
- **CPT (Carriage Paid To).** El vendedor paga el transporte hasta un destino acordado, pero el riesgo se transfiere al comprador tan pronto como la mercancía es entregada al transportista.
- **CIP (Carriage and Insurance Paid To).** Similar al CPT, pero el vendedor también debe asegurar la mercancía durante el transporte. El riesgo se transfiere al comprador al ser entregada al transportista.
- **DAP (Delivered at Place).** El vendedor entrega la mercancía en el lugar convenido en el país del comprador, asumiendo todos los costos y riesgos hasta ese punto. El comprador se encarga del despacho aduanero y del pago de los aranceles.
- **DPU (Delivered at Place Unloaded).** El vendedor entrega la mercancía en el lugar convenido y se encarga de descargarla. Los costos y riesgos son asumidos por el vendedor hasta que la mercancía esté descargada.
- **DDP (Delivered Duty Paid).** El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta que la mercancía se entrega en el lugar convenido en el país del comprador, incluyendo el pago de aranceles e impuestos. El comprador no incurre en ningún costo adicional.

Determinación del precio de exportación considerando costos y competencia. Es necesario establecer un precio adecuado para los productos artesanales para su inserción exitosa en el mercado internacional. Al hacerlo, los artesanos deben tener en cuenta varios factores:

- **Costos de producción y exportación:** es fundamental calcular todos los costos asociados a la producción del producto, incluidos materiales, mano de obra, y costos logísticos. Además, se deben considerar gastos como aranceles, seguros y otros costos de exportación.
- **Análisis de la competencia:** investigar los precios de productos similares en el mercado internacional ayudará a determinar un rango de precios competitivo. Sin embargo, es importante no solo fijar el precio en función de la competencia, sino también en relación a la calidad y el valor del producto.
- **Valor percibido por el cliente:** el precio también debe reflejar el valor percibido por el cliente. Si los productos ofrecen características únicas y de alta calidad, los artesanos pueden justificar un precio más alto. La comunicación efectiva del valor y la calidad puede ayudar a establecer precios que sean competitivos y, al mismo tiempo, rentables.

Actividad 1. *Presentación y ajuste del producto para exportación*

Objetivo: aplicar los conceptos aprendidos sobre promoción, negociación y aspectos legales del proceso de exportación para presentar un producto artesanal adaptado a un mercado internacional.

- **Descripción:** seleccione un producto artesanal que desee exportar y prepare una presentación que incluya:
- **Descripción del producto:** detallar las características del producto artesanal, incluyendo materiales, diseño y proceso de fabricación.
- **Análisis del mercado:** identificar el mercado objetivo y las necesidades específicas de los clientes internacionales.

- **Ajustes para la exportación:** explique cómo han ajustado su producto (diseño, empaque, precios) para cumplir con los estándares y preferencias del mercado internacional.
- **Uso de Incoterms:** seleccione y justifique el Incoterm que utilizarían en la negociación y cómo afecta esto a la presentación de su producto.

Requisitos legales para la exportación

El Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE) ofrece información detallada para exportadores e importadores en México. A través de esta plataforma, los usuarios pueden acceder a requisitos específicos de exportación, como el registro ante autoridades, clasificación arancelaria y obtener permisos sanitarios y ecológicos. También incluye herramientas para evaluar mercados internacionales, normativas vigentes y guías para cumplir con las regulaciones aplicables.

Registro como exportador ante las autoridades

Para poder exportar productos de manera formal, las empresas o artesanos se registren como exportadores ante las autoridades competentes en el país. Este proceso generalmente involucra los siguientes pasos:

- **Registro ante entidades gubernamentales:** en muchos países, los exportadores deben inscribirse en entidades como el Ministerio de Comercio, Aduanas, o cámaras de comercio. Este registro otorga al exportador un número o licencia que le permite operar dentro de los mercados internacionales. En el caso de México se puede hacer en el siguiente enlace: [registro Exportadores e Importadores México](#)

- **Beneficios del registro:** estar registrado facilita el acceso a beneficios como asesorías, apoyo gubernamental para la internacionalización, reducción de aranceles en ciertos tratados de libre comercio, y participación en ferias comerciales internacionales.
- **Documentos necesarios:** dependiendo del país, se puede requerir presentar documentos que impliquen la revisión y confirmación de todos los requisitos y documentos necesarios, como la fracción arancelaria y las regulaciones aplicables. Los documentos básicos incluyen certificados, facturas comerciales, listas de empaque, entre otros. En el caso de México, se enlista de acuerdo al SNICE, lo siguiente:
- Registro Federal de Contribuyentes (RFC).
- Padrón de exportadores sectorial.
- Factura Comercial.
- Encargo conferido y carta de instrucciones al agente aduanal.
- Lista de Empaque.
- Certificado de Origen.
- Documento de transporte.
- Documentos que avalen el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias.

Trámites y permisos necesarios

Dependiendo del tipo de producto que se exporte, es esencial contar con una serie de permisos específicos que garantizan que los bienes cumplen con las normativas del país importador y del país exportador:

- **Permisos sanitarios:** si los productos a exportar están relacionados con alimentos, productos textiles o materiales que puedan afectar la salud pública, es probable que se necesiten permisos sanitarios. Estos certificados garantizan que los productos no representen riesgos para la salud de los consumidores.
- **Permisos ecológicos y ambientales:** en especial para productos artesanales que utilizan recursos naturales, se puede requerir demostrar que los procesos de producción y materiales cumplen con normativas ambientales. Esto es importante para acceder a mercados que demandan productos sostenibles y responsables, como la Unión Europea.
- **Certificados de origen:** en algunos países, el exportador debe tramitar un certificado de origen, que autentica que el producto ha sido fabricado en el país de origen declarado, permitiendo acceder a tratados comerciales o preferencias arancelarias.

Nomenclatura y clasificación arancelaria

Los países dependen de insumos, productos y semiproductos para satisfacer sus necesidades. Al ingresar mercancías, los gobiernos imponen derechos arancelarios, que varían según la política económica del país. Estos derechos se aplican conforme al Arancel de Aduanas, que contiene una nomenclatura internacional de mercancías. La Nomenclatura es la clasificación y codificación de mercancías para establecer los derechos aduaneros. La clasificación arancelaria es la identificación de mercancías según reglas internacionales para asignar correctamente su código aduanero, basado en normas locales y globales.

La clasificación arancelaria por tanto es el proceso mediante el cual se asigna a un producto un código específico dentro del Sistema Armonizado (SA), que es utilizado internacionalmente para identificar productos en aduanas y calcular los impuestos o aranceles correspondientes. Este código de clasificación tiene una gran relevancia para los exportadores, ya que:

- **Determinación de aranceles:** el código arancelario de un producto es fundamental para determinar cuánto se pagará en impuestos o tarifas cuando los bienes crucen fronteras internacionales. Elegir el código correcto puede evitar sobrecostos y sanciones.
- **Facilita el cumplimiento normativo:** la clasificación adecuada asegura que el producto cumpla con las normativas específicas del mercado de destino, como las relacionadas con sanidad, protección al consumidor o normativas técnicas.
- **Beneficios en tratados comerciales:** los tratados de libre comercio (TLC) y acuerdos comerciales entre países pueden ofrecer reducciones arancelarias o incluso la exención de impuestos para ciertos productos. Utilizar el código arancelario correcto puede permitir que el exportador se beneficie de estas ventajas.

Es recomendable consultar con un agente aduanal o experto en comercio exterior para garantizar una correcta clasificación y, de este modo, evitar problemas o costos adicionales en la exportación.

Tributos aplicados al Comercio Exterior

Derechos arancelarios y no arancelarios

Los derechos arancelarios son gravámenes que se aplican a las mercancías al entrar o salir de un país, y varían según la política comercial del gobierno. Los aranceles por su naturaleza en el

comercio exterior suelen de ser: Arancel de Exportación, Arancel de Importación y Arancel de tránsito. A su vez estos se clasifican en:

- Ad Valorem, basados en un porcentaje sobre el valor en aduana (el valor en aduana lo determina la legislación de cada país, por lo general coincide con el término CIF ajustado de acuerdo a los procesos de intercambio internacional. Es decir, el Valor de transacción, más el flete internacional y el seguro internacional de mercancías.
- Específicos, aplicados por unidad de medida, se lo calcula como una cuantía monetaria por dicha unidad; y,
- Mixto, combinando ambos, que menor carga tributaria genere al proceso de nacionalización.

Para el caso de las exportaciones, cada país suele establecer políticas de fomento a las exportaciones, desgravando parcial o totalmente estos aranceles. Para el caso de la legislación mexicana, los derechos arancelarios pueden sub dividirse como: arancel-cupo, aplicando diferentes tasas según la cantidad o valor; y arancel estacional, con tasas cambiantes a lo largo del año. En relación a los derechos no arancelarios, incluyen medidas regulatorias que no implican un impuesto directo, pero afectan la importación/exportación, como cuotas, licencias, normas sanitarias, ecológicas y técnicas. Estas medidas pueden limitar el volumen de mercancías permitidas, imponer estándares de calidad, o exigir certificaciones específicas para el comercio internacional. Además, algunas regulaciones no arancelarias buscan proteger la salud pública, el medio ambiente o la seguridad nacional.

Los derechos no arancelarios incluyen medidas como permisos, etiquetados, o normas sanitarias, enfocadas en controlar tanto la cantidad como la calidad de los productos importados o exportados. Estas regulaciones pueden ser cuantitativas, limitando la cantidad permitida, o cualitativas, que se aplican a las características del producto, como etiquetado o empaques. Este tipo de barreras no

arancelarias pueden ser más difíciles de identificar, ya que suelen depender de normativas específicas según el tipo de producto, país de origen o destino, y otras variables como el nivel de protección ambiental o derechos laborales que exigen algunos mercados internacionales. Por ello, es necesario que los exportadores artesanales comprendan y cumplan con estos requisitos para facilitar el acceso a mercados extranjeros, asegurando el cumplimiento tanto en términos fiscales como normativos.

Adicional a los aranceles y el cumplimiento de normas no arancelarias, debe recordar que tiene que cumplirse como parte de los tributos aplicados al comercio exterior con el pago de impuestos (impuesto al valor agregado, impuesto a los consumos especiales, entre otros), tasas por servicios prestados por aduana y contribuciones especiales que se impongan en cada país. Por lo que es prioritario que se conozcan estos valores con el fin de generar el precio final de acuerdo al incoterm pactado entre las partes.

Contrato de Compra – Venta Internacional

El contrato de compra-venta internacional es un acuerdo legal entre un comprador y un vendedor que implica la transferencia de bienes de un país a otro. Este tipo de contrato debe abordar ciertos aspectos clave:

1. Partes involucradas: identificación del comprador y vendedor.
2. Descripción de la mercancía: especificaciones técnicas y calidad.
3. Condiciones de entrega: uso de Incoterms para definir responsabilidades de transporte.
4. Precio y condiciones de pago: divisa, métodos de pago y plazos.
5. Documentación: facturas, certificados, permisos.

6. Solución de controversias: legislación aplicable y métodos de arbitraje.

Este contrato permite asegurar que ambas partes conozcan sus derechos y obligaciones, minimizando riesgos y promoviendo una transacción eficiente en el comercio internacional.

Despacho Aduanero

El despacho aduanero es el procedimiento mediante el cual las mercancías son autorizadas para ingresar o salir de un país. Este proceso implica una serie de trámites y la presentación de documentos a las autoridades aduaneras, como la factura comercial, el conocimiento de embarque y el certificado de origen. Además, se deben cumplir con las barreras arancelarias y no arancelarias aplicables, así como pagar los impuestos correspondientes.

Durante el despacho, se realizan inspecciones físicas o documentales para verificar la correcta clasificación arancelaria y el cumplimiento de normas sanitarias, de seguridad, o de etiquetado. El objetivo es garantizar que las mercancías cumplan con todos los requisitos legales y fiscales antes de ser liberadas para el tránsito internacional o nacional.

Los pasos del proceso de despacho aduanero suelen incluir:

1. **Presentación de la declaración aduanera:** El exportador o importador debe presentar los documentos que respalden la mercancía y declarar la clasificación arancelaria.
2. **Pago de derechos e impuestos:** Los derechos arancelarios y no arancelarios deben ser liquidados antes de la liberación de las mercancías.
3. **Inspección aduanera:** Si las autoridades aduaneras lo consideran necesario, la mercancía puede ser sujeta a inspección física o documental.

4. Liberación de mercancías: Una vez cumplidos todos los trámites y pagados los derechos, las mercancías son liberadas para su exportación o importación.

Actividad 2. *Búsqueda de información legal para exportar*

Objetivo: familiarizar a los emprendedores con la normativa legal aplicable al comercio exterior, específicamente en exportaciones, y desarrollar su capacidad para identificar y cumplir con los requisitos legales.

Revisar los requisitos legales para exportar (registro de exportador, permisos sanitarios, clasificaciones arancelarias). Trabaje sobre la información desarrollada en la Actividad 1 sobre la exportación de un producto artesanal específico, abordando todos los trámites necesarios.

Cada emprendedor presentará sobre el producto que deseen exportar la información acerca de: Trámites, permisos y clasificación arancelaria correspondientes, y elaborar un esquema detallado de los pasos a seguir para cumplir con la normativa legal aplicable a su producto.

Acuerdos internacionales e integración económica

Los acuerdos internacionales e integración económica son mecanismos que facilitan la cooperación económica entre países mediante el establecimiento de reglas claras para el comercio y la inversión. Estos acuerdos buscan reducir barreras arancelarias, eliminar restricciones y crear un entorno predecible para los negocios.

La integración económica se refiere a los acuerdos políticos y económicos que favorecen a los países miembros. Se puede estudiar a través de tres enfoques:

1. Integración global: mediante la Organización Mundial del Comercio (OMC).
2. Integración bilateral: donde dos países establecen relaciones de cooperación, como la reducción de aranceles.
3. Integración regional: en la que países cercanos geográficamente cooperan, como en la Unión Europea.

Estos acuerdos influyen en las estrategias de las Redes de Empresas Multinacionales (REM), determinando el tamaño del mercado regional y las reglas de operación para las empresas. Aunque se piensa que las REM operan globalmente, la mayoría genera sus ingresos principalmente en sus regiones de origen.

Integración global

La Organización de Naciones Unidas (ONU). La ONU se estableció en 1945 en respuesta a la devastación de la segunda guerra mundial para promover la paz y la seguridad internacionales y ayudar a resolver problemas globales en áreas totalmente diversas. Esta incluye organismos como: la organización mundial de comercio, el fondo monetario internacional y el banco mundial.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) es un organismo de la ONU, creado en 1964, promueve el desarrollo sostenible y el comercio justo, brindando apoyo técnico a los países en desarrollo. Su misión es ayudar a estos países a integrarse en la economía mundial de manera equitativa y sostenible. La UNCTAD trabaja en áreas como el comercio internacional, la inversión extranjera, la globalización, el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza mediante asistencia técnica y estudios analíticos ayudando a mediar y coordinar políticas globales sobre comercio y economía internacional, asegurando que los acuerdos comerciales consideren el desarrollo económico inclusivo y equitativo.

La Organización Mundial de Comercio (OMC). La OMC, que surgió en 1995 como sucesora del GATT, se basa en principios de comercio sin discriminación. Su misión abarca comercio de servicios, inversiones y propiedad intelectual, y actualmente cuenta con 150 miembros. Las decisiones se toman por consenso en instancias como la Conferencia Ministerial y el Consejo General.

Los gobiernos colaboran para eliminar barreras comerciales. La OMC se centra en las reglas del comercio mundial. Facilita negociaciones de acuerdos comerciales, supervisa su implementación y actúa como foro para la resolución de disputas entre los países miembros. A través de sus marcos jurídicos, busca garantizar que el comercio fluya de manera más libre y predecible, promoviendo un comercio internacional basado en reglas claras, que ayudan a reducir barreras arancelarias y no arancelarias.

Conexión entre OMC y la ONU. La ONU y la OMC desempeñan roles complementarios en los acuerdos internacionales y la integración comercial. Mientras la OMC supervisa los acuerdos que rigen el comercio internacional, la ONU trabaja en un contexto más amplio de desarrollo global y cohesión social. Ambas instituciones buscan garantizar que el comercio no solo sea eficiente, sino que también promueva el desarrollo sostenible y la equidad global.

Integración Bilateral

Los acuerdos bilaterales pueden involucrar a dos países o a uno con varios en un tratado de libre comercio. Estos tratados buscan facilitar el comercio entre los países involucrados. Son Acuerdos de Alcance Parcial (AAP) donde se establecen concesiones recíprocas sobre algunas partidas específicas. Por ejemplo: Asuntos Bilaterales México-Estados Unidos, México-Canadá, el AAP.R. No. 38 suscrito entre México y Paraguay.

Integración económica regional

Conocida como Tratado Regional de Comercio (TRC), la integración económica regional reúne a países cercanos que buscan aumentar el tamaño de su mercado. Se manifiesta principalmente en:

1. **Tratado de Libre Comercio (TLC).** En estos acuerdos prima la eliminación de aranceles entre miembros, por ejemplo, el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). El T-MEC es un acuerdo comercial que reemplazó al TLCAN en 2020. Busca modernizar las reglas de comercio en la región de América del Norte, abordando áreas como el comercio digital, la propiedad intelectual, el medio ambiente y los derechos laborales. El T-MEC fortalece las cadenas de suministro, promueve la inversión extranjera y protege a las empresas mediante disposiciones más actualizadas para enfrentar los desafíos económicos actuales. También incluye mecanismos de resolución de disputas y establece reglas más estrictas para el sector automotriz.
2. **Unión Aduanera.** Es un acuerdo entre varios países que elimina los aranceles y restricciones comerciales entre ellos, creando una zona de libre comercio, mientras impone un arancel externo común a productos de países no miembros. Esto significa que los miembros aplican los mismos aranceles a productos que ingresan desde fuera de la unión. Esto fomenta el comercio intra-regional y simplifica el proceso aduanero entre los países miembros, creando un mercado más integrado. Un ejemplo sería la Unión Aduanera de África del Sur (SACU), que incluye a países como Sudáfrica, Botswana, Lesoto, Namibia y Suazilandia.
3. **Mercado común.** Es un acuerdo entre países para eliminar barreras comerciales y establecer un espacio donde se permite la libre circulación de bienes, servicios, capital y trabajo (personas). Esto implica no solo la eliminación

de aranceles, sino también la armonización de políticas económicas y comerciales. Por ejemplo, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) es un bloque regional que incluye a Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, y facilita el comercio entre sus miembros al eliminar aranceles y promover políticas económicas conjuntas.

Puede revisar con mayor detalle los diferentes acuerdos comerciales que tiene México en el siguiente enlace: [Acuerdos Comerciales de México](#)

Efectos de la Integración

La integración económica regional genera efectos estáticos y dinámicos. Los efectos estáticos implican el desplazamiento de recursos hacia empresas más eficientes, mientras que los efectos dinámicos se relacionan con el crecimiento del mercado. La integración puede resultar en economías de escala y mayor competencia, impulsando la eficiencia entre las empresas.

Beneficios

- Mayor competitividad. Al integrar economías, se fortalece el acceso a mercados más grandes.
- Inversión extranjera directa (IED). Se incrementan las oportunidades de inversión.
- Diversificación económica. Países pueden acceder a productos y servicios que no producen localmente.

Desafíos

- Desigualdad. Pueden exacerbar diferencias entre países más y menos desarrollados.
- Dependencia externa. Riesgo de concentrar economías en sectores específicos de exportación.

Actividad 3. *Reflexionando sobre la integración comercial y los acuerdos internacionales*

Objetivo. El objetivo de esta actividad es fomentar la reflexión y el análisis crítico sobre los acuerdos internacionales y la integración comercial, así como sus efectos en el desarrollo económico y social de los países involucrados.

Reflexiona acerca de las siguientes preguntas.

1. ¿Cuáles son los principales beneficios que los países pueden obtener al formar parte de un mercado común como el T-MEC?
2. ¿Cómo influye la eliminación de aranceles en el comercio entre los países miembros de un acuerdo de integración?
3. ¿Qué retos enfrentan las naciones al intentar armonizar sus políticas económicas y comerciales en un acuerdo de integración?
4. ¿Cuál es el impacto de los acuerdos de integración en el desarrollo económico de México?
5. ¿Cómo afecta a la competitividad de las empresas locales estos acuerdos de integración?

Referencias

- Araque, W. (2020). *Comercio exterior en las MIPyME*. Corporación Editora Nacional & Universidad Andina Simón Bolívar.
- Cabello, M., & Cabello, J. (2014). *Las aduanas y el comercio internacional*. ESIC.
- Casadejús, J. M. (2023). *Manual de gestión financiera del comercio internacional: normativa, documentación, medios de pago*. Marge Books.
- Casanova, A., & Zuaznábar, I. (2018). *El comercio internacional: teorías y políticas*. UMET Universidad Metropolitana.
- Coll, P. (2020). *Manual de gestión aduanera: Normativas y procedimientos clave del comercio internacional*. Marge Books.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). *Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe, 2022. El desafío de dinamizar las exportaciones manufactureras* (LC/PUB.2022/23-P).
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). *Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe, 2023. Cambios estructurales y tendencias en el comercio mundial y regional: retos y oportunidades* (LC/PUB.2023/16-P/Rev.1). CEPAL.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2014). *Negocios internacionales*. Pearson Education.
- Durán, J., & Alvarez, M. (2011, octubre). *Manual de comercio exterior y política comercial. Nociones básicas, clasificaciones e indicadores de posición y dinamismo*. CEPAL. <https://tinyurl.com/muyjj2rz>
- Llamazares García-Lomas, O. (2019). *Guía práctica de los Incoterms 2020*. Global Marketing.
- Ordóñez-Iturralde, D. (2012). El comercio exterior del Ecuador: Análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 173.
- Ordóñez-Iturralde, D. (2014). *Pymes ecuatorianas: Comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales* [Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil].
- Ordóñez-Iturralde, D., & Hinojosa-Dazza, S. (2014). La política exterior del Ecuador en el marco del Plan Nacional del Buen Vivir. *Retos*, 4(8), 143-155.

- Sainz de Vicuña, J. (2015). *Plan de internacionalización de la PYME en la práctica*. ESIC.
- Secretaría de Economía. (2023, 6 de octubre). Comercio exterior, países con tratados y acuerdos firmados con México. <https://tinyurl.com/3d6uk8pn>
- Soler, D. (2021). *Guía práctica de las reglas Incoterms 2020: Derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*. Marge Books.
- Valenzuela, E., Muñoz, M., & Torres, P. (2021). *Comercio internacional: Temas relevantes y definiciones*. RIL editores.

Legal Framework for the Export Process

Marco legal para o processo de exportação

Darwin Ordoñez Iturralde

Universidad Laica Vicente Rocafuerte | Guayaquil | Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-2175-4488>

dordonezy@ulvr.edu.ec

dordonezy@ulvr.edu.ec

Ingeniero Comercial con formación superior en economía ecuatoriana e internacional. Posee una maestría en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, y es Doctor en Educación por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Realizó estudios de posdoctorado en “América Latina y su Inserción en el Orden Global” en la Universidad Andina Simón Bolívar, y en Investigación Científica en la Universidad Bicentenario de Aragua, Venezuela. Ha sido reconocido como Doctor Honoris Causa y con la Orden al Mérito Educativo y Cultural Magnus Docentis por la Organización Internacional para la Inclusión y Calidad Educativa (Lima, Perú), que también le otorgó el Galardón a la Excelencia Educativa – Edición Cusco 2020, y en 2023 recibió el Premio Internacional EDUCA Latinoamérica en Investigación Científica, otorgado por la Cámara Peruana de Desarrollo y Educación. Cuenta con más de 20 años de experiencia docente, y ha impartido cátedra en áreas como negocios internacionales, ingeniería financiera, análisis financiero, comercio exterior, moneda y banca, entre otras. Es autor y coautor de libros, capítulos de libros y artículos científicos, y ha sido ponente invitado en congresos internacionales realizados en Argentina, México, Panamá, Colombia, Cuba, Chile, Perú, Brasil y Estados Unidos.

Abstract

Exporting handcrafted products represents a strategic opportunity for artisans in Coroneo, Guanajuato, to access international markets, provided they understand the legal framework and processes of foreign trade. Exporting involves not only understanding global demand but also complying with regulations, tariffs, classifications, and customs procedures that guarantee fair and transparent trade. To decide to export, artisans must analyze their target market, production capacity, costs, and product adaptability. International promotion also requires a solid value proposition, digital marketing strategies, and an understanding of Incoterms, which define responsibilities in transactions. The legal process includes registering as an exporter, obtaining sanitary and environmental permits, certificates of origin, and correct tariff classification. Finally, international agreements and organizations such as the OMC and the ONU facilitate trade through clear rules that promote economic integration and reduce barriers for Mexican handcrafted products.

Keywords: International Agreements; Export; Legal Framework; Legal Requirements.

Resumo

A exportação de produtos artesanais representa uma oportunidade estratégica para que artesãos de Coroneo, Guanajuato, acessem mercados internacionais, desde que compreendam o marco legal e os processos do comércio exterior. Exportar implica não apenas conhecer a demanda global, mas também cumprir normas, tarifas, classificações e procedimentos aduaneiros que garantem um comércio justo e transparente. Para decidir exportar, os artesãos devem analisar seu mercado-alvo, capacidade produtiva, custos e adaptação do produto. Da mesma forma, a promoção internacional requer uma proposta de valor sólida, estratégias

de marketing digital e compreensão dos Incoterms, que definem responsabilidades nas transações. O processo legal inclui o registro como exportador, licenças sanitárias e ambientais, certificados de origem e correta classificação tarifária. Finalmente, acordos internacionais e organismos como a OMC e a ONU facilitam o intercâmbio comercial por meio de regras claras que promovem a integração econômica e reduzem barreiras para os produtos artesanais mexicanos.

Palavras-chave: Acordos Internacionais; Exportação; Marco Legal; Requisitos Legais.

Capítulo 6

Estrategias de mercadotecnia para resaltar el valor de las creaciones locales

Jorge Arturo Velázquez Hernández

Resumen

La diversidad de productos y servicios en un mundo globalizado representa un desafío y una oportunidad para resaltar el valor de las creaciones locales. En este contexto, las estrategias de mercadotecnia resultan esenciales, pues permiten conectar a los consumidores con la riqueza cultural, las tradiciones y la autenticidad que caracterizan a los productos regionales. A medida que los consumidores se vuelven más conscientes de sus elecciones, surge un mayor interés por apoyar a las comunidades locales y adquirir artículos que no solo cubran necesidades, sino que también transmitan una historia. Las marcas que logran destacar sus orígenes, la calidad de sus procesos y su impacto en la economía local pueden diferenciarse significativamente en un mercado altamente competitivo. Este capítulo analiza diversas estrategias de mercadotecnia para impulsar el desarrollo, elaboración y comercialización de creaciones locales, mediante narrativas auténticas, uso de plataformas digitales y alianzas comunitarias que fortalezcan la identidad local y promuevan un consumo responsable.

Palabras clave:
Imagen del producto;
Mercadotecnia;
Mercado objetivo;
Responsabilidad social;
Sustentabilidad.

Velázquez Hernández, J. A. (2025). Estrategias de mercadotecnia para resaltar el valor de las creaciones locales. En J. A. Velázquez Hernández, R. del C. Villanueva Cornejo y F. S. González Hernández. (Coords.), *Manual de fortalecimiento sostenible para la obrajería en Coroneo, Guanajuato*. (pp. 143-174). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.350.c770>



Objetivo

Desarrollar e implementar estrategias de mercadotecnia efectivas para aumentar la visibilidad, el valor y la demanda de las artesanías, promoviendo la autenticidad y la sostenibilidad de los productos locales a través de un enfoque integral que abarque desde la identificación del mercado objetivo hasta el desarrollo de estrategias, imagen del producto y el fomento de la sostenibilidad y responsabilidad social con el cliente.

Introducción

Actualmente la oferta de productos y servicios es vasta y diversa, y aunado a ello, en un mundo cada vez más globalizado se necesita resaltar el valor de las creaciones locales, lo cual resulta un desafío, y al mismo tiempo una oportunidad para las empresas. En este sentido, las estrategias de mercadotecnia juegan un papel crucial en este contexto porque ayudan a conectar a los consumidores con la riqueza cultural que se tiene, las tradiciones y la autenticidad que representan los productos locales.

Esta situación ocasiona que a medida que los consumidores se vuelven más conscientes de sus elecciones, se fomenta en ellos un creciente interés por apoyar a las comunidades locales, y sobre todo, a adquirir productos que no solo satisfagan sus necesidades, sino que también cuenten una historia. Ante esto, las marcas que logran destacar el valor de sus orígenes, la calidad de sus procesos de producción y el impacto positivo de la economía local podrán diferenciarse significativamente de la competencia que existe actualmente en el mercado.

Finalmente, en este capítulo se explorarán diversas estrategias de mercadotecnia que se pueden llegar a implementar para mejorar el desarrollo, elaboración y venta de las creaciones locales. Asimismo, se buscará hacer uso de narrativas auténticas sobre el marketing hasta

el aprovechamiento de plataformas digitales y el establecimiento de alianzas con comunidades donde se puedan analizar diversos enfoques que no solo promuevan la identidad local, sino que también fomenten un consumo más consciente y responsable para entender cómo resaltar el valor de lo local y se ayude a fortalecer la conexión entre el productor y el consumidor, generando de esta manera un impacto positivo en la comunidad y en el mercado en general.

Mercadotecnia

Introducción a la mercadotecnia

Concepto e importancia de la mercadotecnia

“La mercadotecnia es una metodología de estudio que busca predecir y satisfacer las necesidades de los públicos comerciales con el fin de ofrecerles soluciones hechas a la medida de sus intereses” (Santos, 2024, párr. 3). En este sentido, este campo abarca una amplia gama de acciones, desde la investigación de mercado y el desarrollo de productos hasta la promoción y distribución. Su objetivo principal es generar un valor tanto para el cliente como para la empresa/negocio, estableciendo relaciones duraderas que beneficien a ambas partes.

Si la mercadotecnia, sería imposible enfrentar los retos del mundo comercial de hoy. Esto se debe a que **las empresas deben anticiparse a las necesidades del público y ofrecer soluciones que les convenzan** si quieren mantenerse competitivos en el mercado. (Santos, 2024, párr. 8)

Esta situación visibiliza que debido a la incesante competencia que existe, es necesario que se implementen acciones mercadológicas que ayuden a los negocios locales a diferenciarse de los demás, y esto se logra a través de la identificación de necesidades de los

consumidores y posibles consumidores para poder generar en ellos el deseo de adquirir algún producto o servicio que se esté ofertando.

La mercadotecnia ha cobrado importancia con el paso del tiempo, hasta volverse **una de las áreas más activas y fundamentales de la competencia comercial y empresarial**. Ya era importante en el siglo pasado, para destacar los productos industriales por encima de la competencia. Hoy es fundamental, al estar más capacitada para “conocer” al público objetivo y acortar la brecha entre productores y consumidores. (Equipo Editorial Etecé, 2020, párr. 16)

Como se menciona, la importancia de la mercadotecnia radica en la visibilidad, fidelización y posicionamiento que se otorga a los productos o servicios que se ofrecen a la sociedad, convirtiendo en una dinámica comercial contemporánea porque es impulsada por los cambios que genera el internet y la cultura digital, que ha ocasionado apostar por la revolución tecnológica como una nueva forma de promoción y difusión. Es importante destacar que la mercadotecnia es fundamental para el éxito de cualquier negocio, ya que no solo impulsa las ventas y el crecimiento de los mismos, sino que también ayuda a establecer relaciones significativas con los consumidores para asegurar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Actividad 1. *Responde la siguiente pregunta:*

Teniendo en cuenta el concepto e importancia de la mercadotecnia explica ¿De qué manera has implementado o cómo te gustaría implementar la mercadotecnia para la promoción de tus artesanías?

Las 7p de la mercadotecnia

Con el surgimiento de la mercadotecnia se tuvo que desarrollar varias acciones y/o estrategias que ayudarán a canalizar los esfuerzos que los negocios hacían para atraer clientes y fidelizarlos. Esta situación provocó el surgimiento de las 7P de la mercadotecnia que son un marco conceptual que ayuda a las empresas a desarrollar esfuerzos efectivos para satisfacer las necesidades del mercado y optimizar su oferta.

Originalmente el modelo incluía solo 4P, sin embargo, se tuvo que expandir para incluir otros elementos esenciales del marketing moderno, y por ello las 7P:

son una herramienta esencial para desarrollar estrategias efectivas y mantenerse al día con las cambiantes necesidades del mercado. Este enfoque ayuda a las empresas a evaluar su propuesta de valor y ajustar sus tácticas para mejorar la experiencia del cliente. (Equipo editorial de Indeed, 2024, párr. 1)

En este sentido, las 7P son las siguientes:

1. **Producto:** son los bienes o servicios que ofrece una empresa a sus clientes donde se destaque la calidad, diseño, marca, empaque y cualquier aspecto que pueda influir en la percepción del consumidor.
2. **Precio:** es el valor monetario que los consumidores deben pagar por el producto o servicio.
3. **Plaza (distribución):** se refiere a cómo y dónde se distribuyen los productos.
4. **Promoción:** abarca todas las actividades que comunican las características y beneficios del producto al consumidor,

incluyendo publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing digital.

- 5. **Personas:** se refiere a todas las personas involucradas en el proceso de marketing como son los empleados hasta los clientes.
- 6. **Procesos:** son las actividades y los procedimientos que intervienen en la entrega del producto o servicio al consumidor.
- 7. **Prueba física (Physical Evidence):** se refiere a cualquier aspecto tangible que respalde la oferta de un producto o servicio como la apariencia del local, el empaque, folletos, entre otros, que ayude a evaluar la calidad de lo que se está comprando.

Figura 1. Las 7P del marketing.



Fuente: Smartbound (2024).

Hay que recordar que la integración de las 7P en una estrategia de mercadotecnia podrá permitir a las empresas abordar todos los aspectos que afectan la experiencia del cliente para mejorar y lograr con el tiempo la fidelización de los mismos. Además, si se considera cada uno de estos elementos, las organizaciones pequeñas, medianas y grandes podrán diseñar campañas más efectivas donde se adapten a las necesidades del mercado y logren construir relaciones duraderas con los consumidores.

Mezcla de mercadotecnia

“La mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p’s del marketing, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público” (Borragini, 2022, párr. 17). Este concepto es fundamental porque abarca las estrategias y tácticas que una empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de marketing.

Esta mezcla se compone de varios elementos que se combinan de manera estratégica para poder satisfacer las necesidades del consumidor y maximizar el impacto en el mercado para lograr tener mayor y mejor presencia, pero, sobre todo, conseguir ser del agrado de la sociedad. Anteriormente se hablaba de 4P, sin embargo, el modelo se extendió para incluir elementos adicionales que ayudarán a abarcar todas las áreas de oportunidad que un negocio pudiera llegar a tener y por ello se desarrollaron las 7P, las cuales son *producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y prueba física (Physical Evidence)*.

“La mezcla de mercadotecnia es fundamental para mantener el control de las variables involucradas en la **creación, promoción y venta de las ofertas comerciales de una empresa**. Con esto, los negocios pueden crear estrategias sólidas de mercado” (Gómez, 2024, párr. 6). Es importante resaltar que esencial para el éxito empresarial porque permite a las empresas integrar y coordinar diferentes elementos para ofrecer una propuesta de valor clara y convincente.

Figura 2. Mezcla de mercadotecnia.



Fuente: Carter (2024).

El analizar y ajustar cada uno de los componentes de la mezcla ayudará a que las organizaciones puedan adaptarse a las dinámicas del mercado, satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, pero también diferenciarse de la competencia, por ello, este enfoque integral ayudará a maximizar el impacto de las campañas de marketing y el logro de los objetivos comerciales de manera más efectiva.

Actividad 2. *Explica el desarrollo y aplicación de cada una de las 7P de la mezcla mercadotecnia a tus productos artesanales.*

El mercado objetivo

Identificación de nichos de mercado

El mercado objetivo es un grupo específico de consumidores al que una empresa dirige sus esfuerzos de marketing y ventas porque comparten características con los productos o servicios que se ofertan, por ello, identificar un mercado objetivo es fundamental para desarrollar estrategias efectivas porque permite a las empresas enfocar sus recursos y mensajes de manera más precisa.

En este sentido, el mercado objetivo debe clasificarse en nichos de mercados que son “una parte muy específica de un grupo de consumidores. Está compuesta por un número reducido de personas o empresas que comparten características y necesidades similares. Representan una gran oportunidad de mercado al tener cualidades tan definidas” (Terreros, 2024). Los nichos de mercados forman parte de los segmentos de mercado, los cuales también son grupos de personas que comparten características similares.

Un nicho de mercado representa una pequeña parte de un segmento de mercado; uno no puede existir sin el otro. El segmento de mercado representa a un grupo de consumidores mucho más extenso y el nicho se enfoca en grupos inexplorados o poco conocidos. (Terreros, 2024, párr. 3)

Por lo anterior, es importante saber identificar los nichos de mercado ya que son un proceso estratégico que consiste en localizar segmentos específicos dentro de un mercado más amplio con características, necesidades o intereses particulares, además, suelen estar menos saturados y pueden ofrecer oportunidades únicas para las empresas que buscan diferenciarse y competir eficazmente.

“Los nichos de mercado buscan cubrir sus necesidades de otra manera y es ahí donde entra el análisis y la búsqueda de nuevos nichos

y la capacidad de especialización de la empresa para poder cubrir dicha demanda” (Porrás, 2018, párr. 7), por ello, la importancia de identificarlos ayuda a obtener los siguientes beneficios:

- Menor competencia.
- Oportunidades de especialización.
- Lealtad del cliente.
- Estrategias de marketing efectivas.
- Mayor rentabilidad.

Recuerda que identificar los nichos de mercado permite a las empresas concentrar sus esfuerzos en segmentos específicos debido a la enorme competencia que existe en la actualidad para poder tener un mayor impacto, y con ello, generar oportunidades para el crecimiento y diferenciación de productos, servicios o marcas en un entorno competitivo.

Análisis demográfico y psicográfico

El análisis demográfico y psicográfico son herramientas clave en la investigación de mercado porque permiten a las empresas comprender mejor a su público objetivo porque consideran no solo sus necesidades sino también sus características e impulsos que tienen para comprar. Estos dos tipos de análisis ofrecen diferentes perspectivas y ayudan a segmentar de manera más eficiente el mercado para desarrollar estrategias de marketing más enfocadas y efectivas a lo que se necesita en la actualidad.

En este sentido, “la segmentación psicográfica es una forma de seccionar a tu grupo de consumidores actuales y potenciales considerando detalles de su personalidad, su estilo de vida, sus deseos y anhelos, sus sentimientos e intereses, así como sus motivaciones” (Muelle, 2024, párr. 4). Esta segmentación se enfoca en aspectos

más cualitativos y subjetivos de los consumidores para obtener referentes que ayuden a comprender lo que desean en el momento y poder ofrecerlo para lograr su fidelización. Dichos elementos son:

- **Valores y creencias:** lo que es importante para los consumidores y sus creencias que influyen en sus decisiones de compra.
- **Estilo de vida:** se enfoca en cómo viven los consumidores, sus intereses y actividades, hobbies, deportes, viajes, entre otros.
- **Personalidad:** aquellos rasgos de personalidad que influyen en su comportamiento de compra como ser aventureros, conservadores, sociables, espontáneos, etc.
- **Actitudes:** analiza las percepciones y sentimientos sobre los productos y marcas que consumen.

Este tipo de segmentación ayuda a entender no solo quienes son los consumidores, sino también por qué compran y qué compran para poder desarrollar mensajes de marketing más relevantes y emocionales, además de que facilita la creación de productos y servicios que se alineen con los valores y deseos de un grupo en particular.

Por otra parte, “el análisis es el proceso de recopilación y estudio de información sobre los rasgos generales de un grupo de personas. Es el estudio de un grupo en función de su edad, raza y sexo” (Ortega, 2024, párr. 5). Estos datos ayudan a tener mayor información sobre el mercado, clasificando los productos o servicios de manera que el posible consumidor se sienta identificado para que pueda detenerse a revisar lo que se ofrece y termine comprando.

“El análisis demográfico es importante porque muestra cómo es una población y cómo podría cambiar en el futuro. Esta información puede utilizarse en muchos campos diferentes para ayudar a la gente a tomar decisiones inteligentes” (Ortega, 2024, párr. 11). Esta

segmentación se centra en las características cuantificables de una población, donde se consideran los siguientes datos:

- **Edad:** con la intención de determinar qué grupos son más relevantes para el producto o servicio.
- **Género:** ayuda a analizar las diferencias en preferencias y comportamientos entre hombre y mujeres.
- **Ingresos:** evalúa el nivel de ingresos para poder influir en su capacidad de compra y decisiones de consumo.
- **Educación:** considera el nivel educativo para saber el tipo de productos que un consumidor está dispuesto a comprar.
- **Estado civil y tamaño de la familia:** estos factores pueden influir en las necesidades y hábitos de compra.
- **Ubicación geográfica:** revisa donde viven los consumidores porque puede afectar sus preferencias y el acceso a productos y servicios.

Prácticamente realizar un análisis demográfico y psicográfico ayuda a que las empresas puedan segmentar su mercado de forma más efectiva, y al mismo tiempo ayuda a comprender mejor a los consumidores para desarrollar estrategias de marketing que llamen la atención en sus audiencias con la finalidad de construir una propuesta de valor sólida que ayude a asegurar el éxito de las campañas de marketing.

Actividad 3. *Describe cómo es el análisis demográfico y psicográfico que utilizas para la venta de tus artesanías. En caso de no hacerlo, explica cómo lo emplearías para mejorar tus ventas.*

Preferencias y motivaciones de compra

Las preferencias y motivaciones de compra son dos aspectos fundamentales en la toma de decisiones de los consumidores, pues éstos les ayudan a elegir lo que les gusta, necesitan o desean en determinado momento. En este sentido, comprender estos elementos permite a los negocios diseñar productos, servicios y estrategias de marketing más efectivas, las cuales se alinean con lo que los consumidores desean y necesitan.

Las **preferencias del consumidor** son los gustos individuales que cada consumidor tiene a la hora de seleccionar un producto, servicio o marca. Estas preferencias están influenciadas por factores como la calidad percibida, el precio, la conveniencia, la marca, la reputación, o la innovación. (Administrador CEUPE, 2024, párr. 2)

Ante esto, las preferencias de compra son las elecciones y gustos específicos que tienen los consumidores al momento de adquirir un producto o servicio. Dichas preferencias pueden ser influenciadas por factores como:

- **Características del producto:** puede ser la calidad, diseño, tamaño, marca o funcionalidad.
- **Precio:** se busca siempre el mejor precio, pero existen consumidores que pagan más por calidad o prestigio de marca.
- **Recomendaciones y opiniones:** la influencia social de amigos, familiares y reseñas en línea pueden influir en las decisiones de compra.

- **Experiencias previas:** las experiencias del pasado con algún producto o marca pueden afectar o determinar las decisiones futuras.

Por otra parte, las motivaciones de compra son todos aquellos factores internos o externos que impulsan a los consumidores a realizar una compra. “En pocas palabras, son los factores subyacentes que se combinan para influir en las decisiones de compra de tus clientes; significa lo que los motiva a comprar o no tu producto o servicio” (Rochi, 2022, párr. 4). Dichas motivaciones se pueden clasificar en:

- **Necesidades funcionales:** son las necesidades básicas que impulsan la compra de productos como alimentarse, vestirse, etc.
- **Motivaciones emocionales:** las emociones son importantes porque muchas veces se busca un estatus, la conexión con una marca o la satisfacción de un deseo.
- **Motivaciones sociales:** se refiere a comprar productos que les ayuden a integrarse en grupos sociales o que permitan mostrar su estatus ante los demás.
- **Motivaciones de ocio y entretenimiento:** muchas veces se compran productos por diversión o para disfrutar del tiempo libre.

“Comprender las motivaciones de compra es la clave para tomar decisiones estratégicas y poder competir con éxito en el mercado. Especialmente porque puedes alinear tus esfuerzos de marketing con estas dinámicas” (Rochi, 2022, párr. 18). Por lo anterior, es importante siempre considerar las motivaciones de los clientes porque éstas pueden determinar el éxito o fracaso de un producto, servicio o marca.

Es importante entender que las preferencias y motivaciones de compra son conceptos clave e importantes que ayudan a los negocios

a entender a sus consumidores, pues al analizar y comprender estos factores, se pueden mejorar las propuestas de valor, diseñar estrategias de marketing más efectivas, y en última instancia aumentar su éxito en el mercado.

Actividad 4.

¿Cuáles crees que son las preferencias y motivaciones de los consumidores que tienes para elegirte a ti como primera opción de compra?

Tendencias actuales en la demanda de artesanías

Actualmente las tendencias en la demanda de artesanías reflejan cambios significativos en el comportamiento del consumidor, destacando la búsqueda de autenticidad y el interés por productos sostenibles y éticamente producidos.

Figura 3. Artesanías.



Fuente: Morales (2022).

La producción artesanal enfrenta una situación económica ambivalente, normalmente la destreza y el talento que demanda se ven opacados por la falta de reconocimiento a su labor; siendo, además uno de los sectores más empobrecidos y rezagados. Se confronta su ethos, arraigado en un mundo que valora belleza y tradición, con otro, que prioriza lo económico, las utilidades monetarias (Oidor, 2024).

En este sentido, la producción artesanal enfrenta muchos desafíos, y por ello, debe hacer frente a las nuevas necesidades que surgen para poder estar dentro de las tendencias actuales que demanda la sociedad, con el objetivo de seguir comercializando sus productos. Ante esto, algunas de las tendencias que dan forma a la demanda de artesanías en la actualidad son:

- **Búsqueda de autenticidad y originalidad:** los consumidores valoran cada vez más productos únicos y auténticos.
- **Sostenibilidad y producción ética:** el interés en productos que sean sostenibles y respetuosos con el medio ambiente cada vez es más grande.

- **Conexión cultural:** los consumidores buscan productos que conecten con diferentes culturas y tradiciones.
- **Personalización y hecho a la medida:** los clientes prefieren productos que se adapten a sus gustos y necesidades individuales.
- **Plataformas digitales y E-commerce:** las plataformas digitales llegan a un público más amplio y los consumidores pueden comprar en cualquier parte del mundo.
- **Interés por DIY (Hágalo usted mismo):** el involucrar a los clientes en la elaboración de su producto es una estrategia muy favorecedora.
- **Experiencia de compra única:** hacer sentir único a tu consumidor puede ayudarte a estar en su preferencia y que te recomienden.

Las tendencias actuales en la demanda de artesanías son impulsadas por el deseo de autenticidad, sostenibilidad y conexión cultural, pues al entenderlas, los artesanos y los negocios que comercializan artesanías pueden adaptar mejor sus estrategias para atraer a un público cada vez más consciente y comprometido con el consumo responsable.

Desarrollo de imagen del producto

Marca

El desarrollo de la imagen de un producto es un proceso estratégico que se centra en la creación y gestión de la percepción que los consumidores tienen sobre un producto, es decir, la imagen no solo incluye la apariencia física, sino también las emociones y los valores que evoca. En este sentido, “la marca es un elemento clave que distingue los productos o servicios que una empresa ofrece,

diferenciándolos de los de la competencia. Es el identificador único que permite a los consumidores reconocer lo que una empresa vende” (Roldán, 2024, párr. 1).

Es menester destacar que la marca va más allá de un simple logotipo o nombre, pues representa la identidad o percepción de un producto, servicio o empresa en la mente de un consumidor, y por ello, los elementos que se deben considerar para su elaboración son:

- **Nombre de la marca:** es el término que identifica a la empresa o producto.
- **Logotipo:** es un símbolo gráfico que representa a la marca.
- **Identidad visual:** incluye colores, tipografía y otros elementos que se utilizan de manera coherente.
- **Slogan o lema:** frase corta que encapsula la propuesta de valor de la marca.
- **Valores y misión:** son los principios que guían a la marca.
- **Personalidad de la marca:** son las características humanas que se asocian con la marca.

Figura 4. Marcas



Fuente: Shutterstock (2023).

La marca es un elemento valioso que influye en la percepción del consumidor, su lealtad y el éxito en el mercado, además ayuda a construir y mantener una presencia sólida, cuidadosa y con un compromiso de calidad y coherencia.

Actividad 5.

Elabora la marca de tu producto o negocio.



Empaque

“Hablamos del contenedor en donde viene el producto que una persona ha adquirido. Este es diseñado para proteger el contenido del mismo, preservarlo y darle un diseño peculiar que lo identifique sobre la competencia” (Euroinnova, 2024, párr. 2). El empaque es una parte fundamental del marketing y la presentación de un producto, debido a que no solo cumple funciones prácticas, sino que también juega un papel importante en la comunicación de la marca y la atracción del consumidor.

Si bien el empaque de un producto es de gran relevancia para proteger el contenido de daños físicos u otros elementos que puedan perjudicar su nivel de calidad, este también ayuda y debe captar la atención del consumidor empleando un diseño atractivo y que, sobre todo, vaya acorde a la imagen que desea proyectar la marca. (Estrategias Digitales, 2024, párr. 2)

Es importante destacar que el empaque tiene múltiples funciones que ayudan a que le producto sea mejor visto por el consumidor, pero al mismo tiempo conserva la calidad y forma del mismo. En este sentido, algunas funciones que brinda el empaque son la *protección, conservación, información de lo que contiene, ser atractivo visualmente, facilidad de uso y diferenciarse de la competencia.*

No hay que olvidar que el empaque es un componente crítico en la estrategia de marketing y la presentación de productos porque no solo protege y conserva al mismo, sino que actúa como una herramienta de comunicación y diferenciación. Asimismo, el empaque debe adecuarse a las tendencias actuales para poder atender las necesidades de los consumidores, por ejemplo, debe estar enfocado en la sostenibilidad, incorporar tecnología, arriesgarse a diseños minimalistas, buscar en todo momento la personalización y siempre contar una historia de marca, pues al invertir en un empaque bien diseñado y funcional, los negocios podrán mejorar la experiencia de sus consumidores y construir una imagen de marca sólida que responda a las tendencias actuales del mercado.

Actividad 6. *Explica y dibuja el empaque que utilizas para tus artesanías.*



Etiquetas

Las etiquetas son consideradas como los elementos esenciales en el empaque de productos porque cumplen muchas funciones, y, además, tienen un impacto significativo en la percepción del consumidor porque ayuda a crear una identidad del resto de la competencia y también brinda un mejor posicionamiento ante los futuros clientes, todo ello con el objetivo de mejorar la distribución y ventas de los artículos que se ofertan en el mercado.

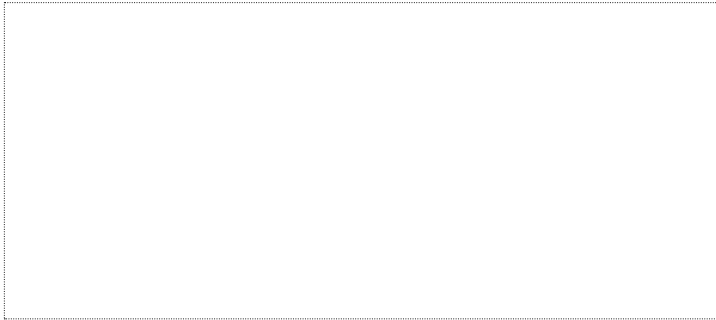
La etiqueta posee un fin más que nada descriptivo, pero también sirven para que el público identifique y diferencie una marca o variedad de otra. Éstas pueden ser de diferentes materiales, inclusive combinados entre ellos, como plástico y sogá, cartón e hilo, papeles autoadhesivos, solo plástico, papel, tela, prácticamente de cualquier material. (Equipo Editorial Etecé, 2021, párr. 2)

En este sentido, la importancia de las etiquetas radica en que su diseño debe ser cuidadoso, pensado y analizado con tiempo para poder ofrecer a los consumidores una experiencia única y diferente al resto de la competencia. La etiqueta es lo primero que los consumidores ven, por eso debe ser creativa y llamativa para que desarrolle una impresión positiva, y además fideliza a sus clientes y facilita la compra porque proporciona la información necesaria de manera rápida y accesible.

No olvidemos que las etiquetas son componentes esenciales del empaque que van más allá de la simple identificación del producto,

y al ofrecer información clave ayudará a atraer visualmente a los consumidores, por ello, invertir en un diseño efectivo de etiquetas mejorará la presentación del producto y podrá influir en la decisión de compra y fomentar la lealtad del cliente.

Actividad 7. *Explica y dibuja la etiqueta que empleas en tus artesanías.*



Sostenibilidad y responsabilidad Social con el cliente

“La sostenibilidad es la capacidad de una empresa de satisfacer las necesidades actuales sin perjudicar a las futuras generaciones. La responsabilidad social implica que debe actuar éticamente y contribuir al bienestar de la sociedad” (Rochi, 2023, párr. 1). La sostenibilidad y responsabilidad social con conceptos que están íntimamente relacionados y adquieren cada vez más relevancia en el mundo empresarial porque ambos se centran en la forma en que

los negocios interactúan con los clientes, comunidades y el medio ambiente.

La sostenibilidad y la responsabilidad social no solo son tendencias, sino factores para el éxito a largo plazo de los negocios en el entorno actual, y al adoptar prácticas responsables y sostenibles, las organizaciones beneficiarán a sus consumidores y comunidades y también fortalecerán su propia marca y posicionamiento en el mercado. En este sentido, al lograr este enfoque integral se podrá construir relaciones más sólidas y significativas con los clientes, sin perder de vista sus valores y expectativas en un mundo donde se debe ser más consciente de los desafíos sociales y ambientales.

Atención personalizada al cliente

La atención personalizada al cliente se considera “una estrategia que consiste en conocer a los clientes para brindar experiencias únicas e individuales para cada uno. Este servicio se basa en aspectos como preferencias, comportamiento de compra y atributos del cliente para personalizar la atención” (Zendesk, 2023, párr. 1), y por ello, es parte fundamental en los esfuerzos que los menestrales realizan para atraer la atención de los consumidores debido a la incesante competencia que existe en la actualidad.

Esta práctica busca ofrecer un servicio enfocado a las necesidades y preferencias individuales de cada cliente. Este enfoque va más allá de la atención estándar porque busca crear experiencias únicas que ayude a fomentar la satisfacción y la lealtad del cliente. Ante esto, los aspectos clave en la atención personalizada al cliente son los siguientes:

- **Conocimiento del cliente:** implica recopilar y analizar datos sobre sus preferencias, historias de compra y comportamientos.

- **Interacción proactiva:** debe anticipar sus necesidades a través de la inclusión de recomendaciones basadas en compras anteriores.
- **Comunicación adaptada:** se debe ajustar el estilo y preferencia de la comunicación con cada cliente.
- **Experiencias únicas:** se puede incluir eventos exclusivos, ofertas personalizadas o servicios acordes a los intereses de los clientes.

En general, la atención personalizada al cliente es una estrategia poderosa que puede mejorar la satisfacción, lealtad y rentabilidad de un negocio, y además, al comprender y anticipar las necesidades de los clientes se podrán crear experiencias memorables. Asimismo, es importante que en un entorno empresarial más competitivo se ofrezca un servicio personalizado para que las marcas puedan diferenciarse y construir relaciones duraderas.

Actividad 8. *Explica cómo fomentas la atención personalizada con tus clientes, o bien, ¿cómo la desarrollarías?*

Uso de materiales ecológicos y técnicas responsables

El uso de materiales ecológicos y la adopción de técnicas responsables son componentes clave en la estrategia de sostenibilidad de muchas organizaciones porque este enfoque no solo busca reducir

el impacto ambiental, sino que responde a la creciente demanda de los consumidores por productos responsables y sostenibles. Hay que recordar que los materiales ecológicos “son materiales amigables con el medio ambiente tanto en su fabricación, transporte, uso y desecho, si es que lo tuviera; pero también amigables con la población por su inocuidad o los beneficios que aporta” (Giordano, 2024, párr. 2).

Los materiales ecológicos tienen un menor impacto en el medio ambiente durante su producción, uso y disposición final, por ello, suelen ser reciclables, biodegradables o provenientes de fuentes renovables. En este sentido, los beneficios que se tiene al implementarlos son:

- La disminución de desechos.
- Conservación de recursos naturales.
- Ahorro energético en su elaboración.

Por otra parte, las técnicas responsables implican implementar prácticas que minimicen el uso de recursos y reduzcan la contaminación, además pueden incluir la optimización de procesos para disminuir el consumo de energía y agua. Dentro de las técnicas responsables a considerar se encuentran las siguientes:

- Ciclo de vida del producto donde se considere el impacto ambiental en cada etapa del producto.
- Transparencia y ética en sus prácticas y proveedores donde se cumplan estándares éticos en la obtención de materiales y la producción.
- Economía circular donde se fomente el reciclaje y la reutilización de materiales.

Actividad 9. *Consideras que emplear materiales ecológicos y técnicas responsables en la elaboración de tus artesanías es necesario actualmente para mejorar la percepción que se tiene de tus artículos y negocio.*

Comunicación de la sostenibilidad en el marketing

La comunicación de la sostenibilidad en el marketing son todas aquellas estrategias y tácticas que utilizan las empresas con la intención de informar y educar a los consumidores sobre las prácticas sostenibles y el impacto positivo de sus productos o servicios en el medio ambiente:

La comunicación sostenible es la forma en que las empresas se comunican con sus audiencias de manera ética y responsable. ¿Qué quiere decir esto? Quiere decir que cuando una empresa emplea comunicación externa, tiene en cuenta el impacto social, ambiental y económico de esta comunicación. (Vernier, 2024, párr. 3)

Este tipo de comunicación tiene un papel crucial en la transformación de la percepción y comportamiento de los consumidores hacia un consumo más responsable y consciente, pues al adoptar estrategias de comunicación sostenible, las empresas no solo están transmitiendo información sobre las características

ecológicas de sus productos o servicios, sino que también están contribuyendo a generar un cambio cultural y social, fomentando una mayor conciencia ambiental en su público.

Esta comunicación debe ir más allá de simples mensajes publicitarios que resalten beneficios medioambientales, y debe basarse en la transparencia, autenticidad y coherencia entre lo que la empresa comunica y lo que realmente hace. La clave de una comunicación sostenible efectiva radica en la integración de la sostenibilidad en todos los aspectos de la marca y la empresa, no solo en el marketing, sino también en la producción, logística, relaciones con los empleados, proveedores y demás cuestiones. En este sentido, algunos elementos clave de la comunicación sostenible en el marketing son:

- **Transparencia y autenticidad:** ser transparentes acerca de sus prácticas y logros sostenibles, así como de los desafíos que enfrentan en su camino.
- **Educación y sensibilización:** educar a los consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad.
- **Uso de canales adecuados:** desde redes sociales y la web, hasta eventos, webinars y colaboraciones con influencers o entidades especializadas.
- **Sostenibilidad como parte de la identidad de la marca:** incorporar prácticas sostenibles en toda la cadena de valor (producción, diseño, empaque, distribución y el final de la vida útil del producto).
- **Impulsos de cambios de comportamiento:** incentivar el consumo de productos reutilizables, promover el reciclaje, alentar la reducción de residuos y ofrecer productos que mejoren la calidad de vida.

Actividad 10. *Teniendo en cuenta el concepto de comunicación de la sostenibilidad del marketing, explica de qué manera la empleas en el desarrollo de tu labor artesanal.*

Referencias

- Administrador CEUPE. (2024, 2 de noviembre). Preferencias del consumidor: Qué son, aspectos que influyen y ejemplos. <https://n9.cl/monzo>
- Borragini, H. (2022, 8 de marzo). Mezcla de mercadotecnia: Conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios. *Rockcontent*. <https://n9.cl/38bjl>
- Carter, M. (2024, 24 de septiembre). Las 7 P del marketing: Una guía completa hacia el éxito. *Boardmix*. <https://boardmix.com/es/articulos/7-ps-of-marketing/>
- Equipo Editorial de Indeed. (2024, 23 de octubre). Las 7P del marketing: Definición y ejemplos. *Indeed*. <https://n9.cl/cokpt>
- Equipo Editorial Etecé. (2021, 5 de agosto). Etiqueta. *Enciclopedia Concepto*. <https://concepto.de/etiqueta/>
- Equipo Editorial Etecé. (2020, 23 de septiembre). Mercadotecnia. *Enciclopedia Concepto*. <https://concepto.de/mercadotecnia/>
- Estrategias Digitales. (2024, 3 de noviembre). La importancia del empaque de tu producto. *Estrategias Digitales*. <https://n9.cl/3x2x48>
- Euroinnova. (2024, 2 de noviembre). Qué es el empaque de un producto. *EUROINNOVA*. <https://n9.cl/iy418>
- Giordano, A. (2024, 25 de abril). ¿Qué son los materiales ecológicos? *Greenteacher*. <https://n9.cl/qacp9b>
- Gómez, D. (2024). Mezcla de mercadotecnia: Componentes esenciales e importancia. *HubSpot*. <https://n9.cl/cgcg9>
- Morales, K. (2022, 19 de marzo). Día del artesano: Conoce las cinco técnicas típicas de Guanajuato. *Debate*. <https://n9.cl/nyj7u>
- Muente, G. (2024, 1 de noviembre). Descubre qué es la segmentación psicográfica y cómo usarla para entender el comportamiento de tu mercado meta. *Rockcontent*. <https://n9.cl/kv6u>
- Oidor, M. (2024). Sector artesanal y las nuevas tendencias de producción. El caso de pedreros en Tecali de Herrera, Puebla. *Saberes y Ciencias. Divulgación Científica*, 145.
- Ortega, C. (2024, 1 de noviembre). Análisis demográfico: Qué es, importancia y método. *QuestionPro*. <https://n9.cl/klybb>
- Porras, M. (2018, 2 de noviembre). ¿Qué son los nichos de mercado? Aumentar el alcance de negocio con nuevos nichos. *Semrush*. <https://n9.cl/cqmux>

- Rochi. (2023, 9 de noviembre). Investigación de mercado centrada en la sostenibilidad y responsabilidad social. *ROCHI*. <https://n9.cl/vggqx>
- Rochi. (2022, 26 de mayo). Motivaciones de compra del consumidor: Descubre cuáles son y úsalas a tu favor. *ROCHI*. <https://n9.cl/qli3c5>
- Roldán, P. (2024, 12 de agosto). Marca: Qué es y su importancia en el mercado. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/marca.html>
- Santos, D. (2024, 28 de octubre). Qué es la mercadotecnia: Para qué sirve e importancia en una empresa. *HubSpot*. <https://n9.cl/2rnkby>
- Shutterstock. (2023, 10 de agosto). *Descripción de vector*. <https://n9.cl/s1x4r>
- Smartbound. (2024, 30 de octubre). Las 7P del Marketing Mix: Optimiza tu estrategia. *Smartbound*. <https://smartbound.io/blog/marketing-mix-7p>
- Terreros, D. (2024, 1 de noviembre). ¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/nicho-de-mercado>
- Vernier, D. (2024, 3 de noviembre). Comunicación sostenible. *Proyecta Impacto*. <https://n9.cl/euwof>
- Zendesk. (2023, 13 de marzo). Atención personalizada: ¿Qué es y cómo aplicarla con éxito en tu empresa? *Zendesk*. <https://n9.cl/5jczh>

Marketing Strategies to Highlight the Value of Local Creations

Estratégias de marketing para destacar o valor das criações locais

Jorge Arturo Velázquez Hernández

Universidad Autónoma de Querétaro | San Juan del Río | México

<https://orcid.org/0000-0003-4944-1205>

jorge.arturo.velazquez@uaq.mx

jorgeuaq4@gmail.com

Doctor en Administración, Doctorante en Docencia y Educación Artística, Maestro en Educación Basada en Competencias y Licenciado en Comunicación. Profesor de Tiempo Completo Nivel 7, Docente-Investigador de la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro y Coordinador de la Licenciatura en Docencia de las Artes campus San Juan del Río. Perfil PRODEP, Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México (SNI) como Candidato a Investigador Nacional. Miembro del Cuerpo Académico en Consolidación “Emprendimiento Rural” con la línea de investigación “Educación Rural”, Miembro del Consejo Científico de Yachana Revista Científica perteneciente a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Ecuador, Miembro del CEELFAA (Comité Evaluador de la Experiencia Laboral y Formación Autodidacta de las Artes). Cuenta con 12 años de experiencia impartiendo cátedra a nivel Maestría, Licenciatura y Educación Media Superior. Conferencista Magistral Nacional e Internacional, Ponente Nacional e Internacional, Autor y Coautor de Artículos de investigación, Libros y Capítulos de libros nacionales e internacionales.

Abstract

The diversity of products and services in a globalized world presents both a challenge and an opportunity to highlight the value of local creations. In this context, marketing strategies are essential, as they allow consumers to connect with the cultural richness, traditions, and authenticity that characterize regional products. As consumers become more conscious of their choices, there is a growing interest in supporting local communities and acquiring items that not only meet needs but also tell a story. Brands that successfully highlight their origins, the quality of their processes, and their impact on the local economy can differentiate themselves significantly in a highly competitive market. This chapter analyzes various marketing strategies to promote the development, production, and marketing of local creations through authentic narratives, the use of digital platforms, and community partnerships that strengthen local identity and promote responsible consumption.

Keywords: Product image; Marketing; Target market; Social responsibility; Sustainability.

Resumo

A diversidade de produtos e serviços em um mundo globalizado representa um desafio e uma oportunidade para destacar o valor das criações locais. Nesse contexto, as estratégias de marketing são essenciais, pois permitem conectar os consumidores à riqueza cultural, às tradições e à autenticidade que caracterizam os produtos regionais. À medida que os consumidores se tornam mais conscientes de suas escolhas, surge um maior interesse em apoiar as comunidades locais e adquirir itens que não apenas atendam a necessidades, mas também transmitam uma história. As marcas que conseguem destacar suas origens, a qualidade de seus processos e seu impacto na economia local podem se diferenciar significativamente em um mercado altamente competitivo. Este capítulo analisa diver-

sas estratégias de marketing para impulsionar o desenvolvimento, a elaboração e a comercialização de criações locais, por meio de narrativas autênticas, uso de plataformas digitais e alianças comunitárias que fortaleçam a identidade local e promovam um consumo responsável.

Palavras-chave: Imagem do Produto; Marketing; Mercado-Alvo; Responsabilidade Social; Sustentabilidade.



Religación
Press
Ideas desde el Sur Global



Religación
Press

ISBN: 978-9942-561-81-7



9 789942 561817