



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN EN HOTELERÍA Y TURISMO

PROGRAMA ACADÉMICO DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

El proceso de desarrollo de productos turísticos artesanales y su beneficio para
los pueblos de artesanos en el mundo

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de Bachiller en Turismo y Administración

AUTOR

Falcón Aguilar, Luis Marcelo (0000-0001-7533-1734)

ASESORA

Rivas Medina, Ana Cecilia (0000-0002-1425-1818)

Lima, 11 de diciembre de 2020

El proceso de desarrollo de productos turísticos artesanales y su beneficio para pueblos de artesanos en el mundo.

Falcón Aguilar, Luis Marcelo
Carrera de Turismo y Administración
Facultad de Administración en Hotelería y Turismo
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Resumen

La finalidad de este artículo de investigación es analizar las características de los procesos de desarrollo de productos turísticos artesanales y el beneficio que se genera para los pueblos de artesanos en el mundo. La metodología empleada fue la revisión bibliográfica mediante el análisis descriptivo y evaluativo de las fuentes consultadas. Esta desea desarrollar la importancia de la artesanía y su relación con el turismo, esta relación es una oportunidad para diversificar la oferta turística ya que la artesanía es un recurso incorporable a los productos turísticos. Se analizan los productos turísticos basados en comunidades de artesanos destacando las características de los casos más exitosos en el mundo, así como las diferencias y semejanzas de los diferentes casos destacando sus virtudes y falencias, estableciendo así conocimiento acerca de las actividades que se deben replicar o no en otras comunidades de artesanos interesadas en convertirse en un producto turístico. Se establecen los beneficios de desarrollar productos turísticos en comunidades de artesanos, con el fin de promover la creación de este tipo de productos turísticos como una alternativa de crecimiento y desarrollo económico para las comunidades. Se concluye que los productos turísticos basados en comunidades de artesanos pueden resultar beneficiosos para la diversificación de la oferta turística de las regiones debido a que se consideran atractivos turísticos. Además, este tipo de turismo comunitario promueve el desarrollo de los artesanos y de la artesanía en sus diferentes modalidades, integrándose al desarrollo económico de su región. Por otro lado, recupera y promueve las manifestaciones y valores culturales, así como apoya el fortalecimiento de la identidad local y la generación de empleos sostenibles.

Palabras clave: Productos turísticos, artesanía, comunidades de artesanos, turismo comunitario.

Development process of craft tourism products and the benefit for communities of artisans in the world.

Abstract

The purpose of this research article is to analyze the characteristics of the processes of development of artisan's tourist products and the benefit that generated for the peoples of artisans in the world. The methodology used was the bibliographic review through the descriptive and evaluative analysis of the sources consulted. This desire to develop the importance of handicrafts and its relationship with tourism, this relationship is an opportunity to diversify the tourist offer since craftsmanship is an incorporeal resource to tourist products. Tourism products based on communities of artisans are analyzed highlighting the characteristics of the most successful cases in the world, as well as the differences and similarities of the different cases highlighting their virtues and lacks, thus establishing knowledge about the activities that must or should not be replicated in other communities of artisans interested in becoming a tourist product. The benefits of developing tourist products in artisan communities are established, in order to promote the creation of this type of tourist products as an alternative of growth and economic development for communities. It is concluded that tourist products based on artisan communities can be beneficial for diversifying the tourist offer of the regions because they are considered tourist attractions. In addition, this type of community tourism promotes the development of artisans and craftsmen in their different modalities, integrating into the economic development of their region. On the other hand, it recovers and promotes cultural manifestations and values, as well as supports the strengthening of local identity and the generation of sustainable jobs.

Keywords: Tourist products, crafts, communities of artisans, community tourism

TABLA DE CONTENIDOS

1	INTRODUCCIÓN	5
2	METODOLOGÍA	7
3	RESULTADOS	8
3.1	Importancia de la artesanía y su relación con el turismo	8
3.2	Características del proceso de creación de productos turísticos basados en comunidades de artesanos en el mundo	10
3.3	Beneficios de desarrollar productos turísticos en base a comunidades dedicadas a la artesanía en el mundo	13
3.4	Aplicabilidad de los modelos de desarrollo de productos turísticos artesanales para pueblos de artesanos en el Perú	15
4	DISCUSIÓN	19
5	CONCLUSIÓN	21
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23

1 INTRODUCCIÓN

El turismo cultural es una actividad económica que se basa en el uso de los recursos medioambientales y socioculturales para atraer visitantes que es fundamental en las actuaciones del desarrollo territorial y económico. Asimismo, contribuye a la mejora de vida de la población, al aumento del nivel de infraestructura, a la reducción del desempleo, a fomentar proyectos de conservación y a recuperar las actividades artesanales y las tradiciones (Recuera, Blasco & García de Madariaga, 2016). Dentro de la última actividad podemos encontrar las visitas a barrios de artesanos en el mundo. La artesanía es importante para la identidad de un pueblo y es el medio de expresiones populares (Freitag, 2014). Algunos ejemplos representativos son el Barrio de Artesanos de Huamanga - Perú, que destaca por su cerámica y textiles importantes en el país. (Luza y Robles, 2019). Los pueblos artesanales en Guerrero, México, esta comunidad se caracteriza por combatir la pobreza mediante la artesanía del lugar (Mastache y Morret, 2019). Por último, el pueblo artesanal de Otavalo que se ha adaptado a la demanda sin dejar de lado su identidad cultural para ser considerado atractivo principal en Ecuador (Buenaño, Soria, Andrade y Gonzales, 2016).

La sinergia entre el turismo y la artesanía es importante, ya que transforma la materia prima en un objeto de apreciación que genera ingresos, valora la identidad cultural, promueve el trabajo femenino y mejora las condiciones de vida del artesano (De Mello & Ceretta, 2015). Asimismo, el sector artesanal posee fortalezas como la variedad de diseños, colores, texturas y oportunidades laborales para la población (Aguinaga, 2018). Los estudios sobre la artesanía y el proceso para la creación como producto turístico son escasos, ya que son mínimas las investigaciones acerca de la contribución de la actividad artesanal con la sostenibilidad de los pueblos de artesanos (Niera y Pasapera, 2015). Por otro lado, la artesanía posee problemas de comercialización debido a las condiciones de vida de los artesanos y a la falta de recursos y medios suficientes para mantener el flujo de producción (Fierro y Lopez, 2011). Por lo que, los artesanos deben estar respaldados por una ley de protección, tanto laboral como patrimonial y, que exista una igualdad salarial (Vasconez, 2014).

El presente trabajo de investigación analiza los procesos que han permitido el desarrollo de productos turísticos basados en la artesanía, tomando de ejemplo principales modelos en Latinoamérica. Por otro lado, identifica la importancia que tiene la artesanía y su relación con el turismo; asimismo, identifica los beneficios socioeconómicos y medioambientales que genera la actividad artesanal. Además, la presente investigación radica en que las

recomendaciones de esta investigación pueden ser utilizadas como una fuente metodológica de apoyo a gestores de otros recursos turísticos basados en comunidades artesanales, contribuyendo así a la diversificación de productos turísticos en el país, así como al desarrollo sostenible de sus comunidades.

2 METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo no experimental se trabajó bajo la metodología de revisión bibliográfica exploratoria, descriptiva. La investigación exploratoria se realiza normalmente con el objeto de estudiar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual no se ha abordado antes o se tienen muchas dudas. Además, la investigación exploratoria normalmente antecede a las investigaciones descriptivas, las mismas que consisten en estudiar situaciones, fenómenos, sucesos y contextos a fin de detallar cómo se manifiestan y cómo son. A partir de los estudios descriptivos se busca exponer propiedades, características y perfiles de personas, grupos, objetos o cualquier fenómeno que se someta a análisis (Hernández, Fernández y Batista, 2014). La investigación descriptiva caracteriza un fenómeno, un hecho, grupo o individuo para poder establecer su comportamiento o estructura (Arias, 2012).

Las fuentes académicas revisadas para la revisión bibliográfica se centraron en el tema y en los objetivos de la investigación. Para la selección de bibliografía se consideraron criterios como la antigüedad de la fuente académica y los diferentes tipos de la misma. En cuanto a la antigüedad de la fuente se eligieron fuentes publicadas preferentemente entre los años 2014 al 2020. Mientras que el tipo de publicación utilizada fueron tesis, artículos científicos y libros. Estas fuentes fueron analizadas y procesadas con la finalidad de resolver las preguntas planteadas en esta investigación.

La presente investigación tuvo como pregunta principal ¿Cuál es el proceso de desarrollo de un producto turístico artesanal en base a comunidades dedicadas a la artesanía en el mundo y su beneficio para los pueblos artesanales en el mundo? A partir de esta pregunta surgieron las siguientes: (i) ¿Cuál es la importancia de la artesanía y su relación con el turismo para el desarrollo de productos turísticos en base a comunidades dedicadas a la artesanía en el mundo? (ii) ¿Cuáles son las características de los procesos de desarrollo de productos turísticos a base de comunidades dedicadas a la artesanía en el mundo? y (iii) ¿Cuál es el beneficio de desarrollar productos turísticos en base a comunidades dedicadas a la artesanía en el mundo? y (iv) ¿Cuál es la aplicabilidad de los modelos de desarrollo de productos turísticos artesanales para pueblos de artesanos en el Perú?

3 REVISIÓN DE LITERATURA

Importancia de la artesanía y su relación con el turismo

La artesanía es el resultado de la creatividad y de la imaginación que se plasma en un producto. Sin embargo, cada uno de estos se diferencia por su color, textura, forma y materiales. Es importante señalar que la artesanía se debería ubicar como patrimonio cultural, ya que los pueblos o comunidades pueden identificarse, trasladar sus técnicas de generación en generación y crear un sentimiento de orgullo para los artesanos cuando ven sus productos fuera de sus lugares de origen. Asimismo, la artesanía permite que el artesano sea cuidadoso con los conocimientos y las habilidades que ha heredado de sus antepasados (Rivas, 2018). Por otro lado, el sector artesanal está considerado como medio de aporte económico y financiero de un país; por lo que, es indispensable que cada ente rector o gobierno realice un desarrollo del sector, que contribuya en lo humano, social, comercial y económico (Vázquez, 2012). Los sectores artesanales se caracterizan por ser, en su mayoría, pequeñas empresas y tener poca experiencia en la utilización de prácticas ambientales, han demostrado ventajas competitivas con respecto a la reducción de sustancias tóxicas, preservación ambiental, inversiones y alianzas para la restauración del impacto ambiental. Por otro lado, es importante señalar que existen pocos conocimientos acerca de los impactos ambientales con respecto a la producción artesanal. Asimismo, no se cuentan con indicadores o tablas comparativas para en las que se observe la evolución de la contaminación de la artesanía. Los principales impactos de la artesanía son la contaminación del agua, suelo y la generación de gases de efecto invernadero por la utilización de hornos. Con lo mencionado anteriormente, se requiere una gestión ambiental artesanal para poder reducir los impactos (Guevara y Sánchez, 2015).

La artesanía es un recurso importante para el turismo, ya que aprecia las expresiones culturales y populares del arte en diversos materiales. Los turistas que visitan los pueblos artesanales ven a la artesanía como características específicas del lugar y, las adquieren como souvenirs, contribuyendo al desarrollo de la población. El sistema artesanal es capaz de integrar elementos propios de la comunidad local y adaptarlos a la realidad, respondiendo las necesidades e influencias del turismo (Velastegui, 2019). Asimismo, el turismo vincula los cambios estructurales de la comunidad artesanal. Es decir, los modos de producción, comercialización y venta de la artesanía se ajustan a la demanda turística. Además, los productos artesanales se convierten en recuerdos de viaje y parte del atractivo turístico sin que

se desvirtúe la función original dentro de la sociedad productora (Saldaña, Serrano y Pastor, 2018)

La actividad artesanal ha cobrado importancia en el desarrollo fundamental del turismo. Asimismo, se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos culturales y, resultaría imposible a los artesanos comercializar sus artesanías sin el turismo. Asimismo, dentro de la actividad, se encuentra el turismo cultural y comunitario. Estos involucran directamente al artesano, ya que, la artesanía es parte del fomento de la cultura e involucra la participación de la comunidad, mediante la relación del turista y su convivencia con el artesano (Ortega, 2013).

Con lo mencionado anteriormente, la actividad artesanal sigue teniendo importancia y vigencia a nivel de latinoamérica, algunos países optan por el desarrollo de un producto turístico basado en la artesanía; tal es el caso de Colombia. En este país se desarrolló un producto turístico cultural artesanal en la localidad de Morroa y Sampués. Para el desarrollo de este, se estableció la ruta turística, características y asociaciones de la actividad artesanal, tipo de turista y condiciones de vida de los artesanos (Gonzales y Baquero, 2018). Como parte para el desarrollo de un producto turístico artesanal, es necesaria la intervención de un ente que regule, financie y fomenta proyectos turísticos. Por ejemplo, México utiliza el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. Este fondo apoya a la promoción y comercialización de la artesanía. Además, realiza capacitaciones integrales y técnicas para el desarrollo de la producción y del artesano (Del Carpio, 2016). Por último, Ecuador posee un desarrollado producto turístico artesanal que se sitúa en el pueblo de artesanos de Otavalo. Este es reconocido a nivel mundial, ya que ha generado ingresos económicos altos con la comercialización de sus artesanías como ponchos, cerámicas, blusas Otavaleña, sombreros, etc. Asimismo, ha fortalecido su identidad, tradiciones y valores culturales que los caracteriza y se ha adaptado a las necesidades del mercado turístico. (Buenaño, Soria, Andrade y González, 2016).

Características del proceso de creación de productos turísticos basados en comunidades de artesanos en el mundo

La creación de un producto turístico que utiliza la artesanía como base para diferenciar la oferta del destino es fundamental para complacer al turista. El procedimiento para desarrollar un producto turístico inicia con la etapa de un equipo de trabajo que reúna información de la comunidad artesanal para conformar el producto. Asimismo, un análisis de la demanda para conocer las necesidades que se van a satisfacer. La creación de un producto turístico debe ser compatible con la imagen, los objetivos de la empresa, la tecnología requerida, la experiencia y capacidad técnica, y si se cuenta con la capacidad legal de llevar a término la idea. Los recursos de la empresa y los canales de distribución son factores que condicionarán también la aceptación o rechazo de la idea de un nuevo producto (Cardet, Palao y Gonzales, 2018). Por otro lado, se debe analizar el inventario de atractivos turísticos existentes; identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para plantear alternativas estratégicas de mejora al producto. Por último, partiendo de la demanda potencial, plantear el producto y la estrategia de comunicación, distribución y precio. (Castillo, 2015). El turismo cultural es reconocido por la comunidad local y pasa a formar parte del proceso de desarrollo de un producto turístico para valorizar la identidad, la mejora social, sentimiento de pertenencia, el generar empleos y mejorar la infraestructura. El artesanado local es la expresión cultural que se presenta como base en el formato de producto y tiene la función de compartir con el turista un producto con historia e identidad propia, valorizando la cultural, el arte y el espacio de la comunidad (Ciliane, Zamberlan y Flores, 2014).

Sin embargo, no todos los países desarrollan productos turísticos artesanales. En Europa, la artesanía se encuentra altamente calificada, ya que cuenta con altos rendimientos y niveles de los artesanos y una demanda significativa para el comercio. Esto se debe a diversos organismos que ayudan a su fomento y preservación a nivel europeo. Asimismo, en Alemania, se invierte en el capital humano para la mejora de su sector artesanal ya que estos se encuentran en empresas y, dan importancia al bienestar del artesano. (Kortsch, Schulte y Kauffeld, 2019). En Rusia, la Matrioshka forma parte de la artesanía tradicional del país. Es un tallado de madera típico, pintado con colores, donde resaltan el rojo y el amarillo. Con respecto a la cerámica, Rusia cuenta con las Gzel que son losas de porcelana fina que se fabrican desde 1802. Sin embargo, estos productos son parte del souvenir del viaje y no de un producto turístico (Jiménez, 2013). Gran Bretaña se caracteriza por la elaboración de joyas, como brazaletes, collares y aretes que son elaborados a base de acrílicos, poliéster y lacquer. Asimismo, países

como Holanda, Italia y España practican la joyería y las exponen mediante ferias artísticas en sus principales ciudades (Pignotti, 2016). Es importante señalar a Dinamarca como uno de los países pioneros en la fomentación de la artesanía europea. Este país, posee una riqueza cultural en artesanía como cerámicas, soplado de vidrios y pinturas coloniales (World Crafts Council Europe, 2020)

En algunos países de África se realizan bordados con características peculiares y textiles únicos. Es el caso de Nigeria, donde se realizan los “Bubus” que son bordados para hombres y fue impulsada por la comunidad religiosa de Kibubu. Asimismo, en Nigeria hay artesanos contemporáneos que realizan trabajos como mecánica, batidoras de paneles, carpintería y fabricantes de muebles, sastres cuyos servicios son necesarios por las necesidades modernas. Además, este país ocupó una posición destacada en el desarrollo de la artesanía para el crecimiento económico y social del país (Akinbogun y Ogunduyile, 2009). Con referencia a artesanía textil, en Burkina Faso, se producen textiles para vestidos teñidos con vegetales, frutas, granos y arcilla. Asimismo, en algunos países de África, utilizan la artesanía como desarrollo económico para sus comunidades y poder combatir la pobreza (Hernández, Pineda y Andrade, 2011). Este es el caso de Zambia, país que pertenece a África Subsahariana que ha mejorado el proceso de las artesanías en su población mediante la mejora de las técnicas artesanales. Asimismo, mediante la artesanía, estos combaten sus niveles de pobreza y, ayudan indirectamente a la reducción de los principales problemas del país como es la Malaria, el Sida y otras enfermedades que afectan a la población y a los artesanos africanos (Muya, Price y Edum, 2006).

Por el contrario, en Latinoamérica se desarrollan productos turísticos artesanales con el fin de mejorar la economía del país y de los pueblos. En México las artesanías son un símbolo muy importante para la identidad del país, ya que reflejan tradición, cultura y representan la historia, orígenes y costumbres del mismo. En Chiapas, se moldean objetos a mano como los jarrones, jaguares o palomas. En Zinacantán, las mujeres fabrican ropa, manteles y servilletas con colores brillantes e imágenes de flores. San Cristóbal de las Casas cuenta con artesanos y joyeros que utilizan el bar y el jade, piedras de gran valor maya, para sus artesanías (Ortega, 2013). México es reconocido por su artesanía en barro, uno de los lugares más característicos es Metepec, donde su artesanía es el resultado de la mezcla entre lo religioso y la flora y fauna del lugar. También, este lugar cuenta con gran afluencia turística debido a su cestería, herrería y cerería (Vizcaino, Serrano, Cruz y Pastor, 2017). Asimismo, en Texcoco, se realiza artesanía en fibra vegetal como canastas, ángeles y trineos; además, realizan artesanía de vara, material principal para realizar figuras y arreglos florales (Rivera, Alberti, Vázquez y Mendoza, 2008).

En Ecuador se encuentra un pueblo artesanal conocido internacionalmente que son los Otavalo. Esta comunidad está caracterizada por sus textiles, ya que son representativos de la zona y, hasta el día de hoy, utilizan las vestimentas como los ponchos, *kallua* o telar de cintura, *walkas* o collares, *anaco* o falda y los brazaletes o *makiwatanas* son parte de la artesanía local y del turismo (Centro Interamericano de Artes Populares, 2013). Asimismo, la artesanía en Ecuador es de las más admiradas en Latinoamérica, debido a la combinación de la creatividad indígena y la herencia ancestral como las pinturas y collares (Sailena, 2013).

En Colombia, entre sus principales productos se aprecian las hamacas, billeteras, tejidos en caña flecha, sombrero y “Sombrero Vueltiao”. Asimismo, poseen diversas técnicas como la del trenzado, la costura y la ebanistería. Para Colombia, la artesanía es parte de un producto turístico, uno de los destacados es en Morroa, Sucre (González y Baquero, 2018).

En Argentina, se encuentran los ponchos santiagueños, juguetes mecánicos de madera, sillas tradicionales de campo, algunos textiles como las ruanas y el cinto (Ministerio de Cultura Argentina, 2018).

Uno de los países con mayor riqueza artesanal es Perú. En él se puede apreciar las cerámicas en Chulucanas y Catacaos. El pueblo artesanal de Quinoa en Ayacucho, característico por sus cerámicas rojas y cremas. La artesanía textil a base de camélidos en Huancavelica y en Puno. Por último, el barrio de San Blas, uno de los pueblos artesanales más representativos del país y de la región. Este barrio posee cerámicas y pinturas con referencias incaicas al igual que sus textiles. Los pueblos mencionados son parte de un circuito turístico de cada departamento (Mincetur, 2015)

En la Tabla 1, se muestra las principales diferencias y semejanzas que existen en cada continente con respecto a la artesanía. De acuerdo con las disimilitudes, se considera al valor o función que la artesanía tiene en cada uno de los continentes evaluados. En Europa, se considera a la artesanía como parte de un negocio empresarial para pequeñas empresas y, una manifestación artística para cada autor. Sin embargo, en Latinoamérica, la artesanía es considerada como parte de un desarrollo económico, cultural y turístico, mejorando la identidad cultural y la economía mediante la actividad turística (Borges, 2015). En África, la artesanía está en fase temprana de crecimiento, no obstante, algunos países la utilizan como desarrollo económico como es Nigeria (Hernández, Pineda y Andrade, 2011). Las principales semejanzas desarrolladas en la Tabla 2, son que cada continente es parte del World Craft Council, organización dedicada al fomento y preservación de las artesanías y la comercialización de estas en el mundo (WCC, 2020). Asimismo, existe influencias entre los continentes para la

elaboración, ya sea los instrumentos, técnicas o la representación gráfica de algunos sucesos de la historia (Herrera, 2016).

Tabla 1. *Análisis comparativo de las principales características de la artesanía en el mundo.*

		Artesanía Europea	Artesanía Africana	Artesanía Latinoamericana
Diferencias	Principales países	<ul style="list-style-type: none"> ● España ● Gran Bretaña ● Alemania ● Dinamarca ● Rusia 	<ul style="list-style-type: none"> ● Nigeria ● Zambia ● Burkina Faso 	<ul style="list-style-type: none"> ● Colombia ● Ecuador ● Perú ● México
	Valor/Función	Artístico y empresarial	Desarrollo económico	Desarrollo económico, cultural y turístico
	Tipos	<ul style="list-style-type: none"> ● Joyería ● Cestería ● Tallado en madera ● Pintura 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuero ● Cerámica ● Textiles ● Tribales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Textiles ● Cerámicas ● Tallado en piedra ● Tallado en madera ● Retablos
	Técnica	Contemporánea	Ancestral	Ancestral y contemporánea

Fuente: Borges (2015), Herrera (2016), Velastegui (2019), Hernández, Pineda y Andrade (2011).

Elaboración propia

Beneficios de desarrollar productos turísticos en base a comunidades dedicadas a la artesanía en el mundo

La artesanía forma parte de la economía de los hogares en los pueblos de artesanos y esta ayuda de manera socioeconómica a la comunidad en su desarrollo. Como se muestra en la Tabla 2, los grupos artesanales no son únicamente para el fomento de su economía sino también representa un espacio social, donde el artesano expresa y cumple un rol importante en el fomento de la identidad cultural de la comunidad. Asimismo, la actividad artesanal logra implementar programas de salud, talleres de liderazgo y, conocer sus derechos y habilidades. Por otro lado, la artesanía representa un trabajo en grupo con menos barreras de acceso y, facilita el apoyo para la apertura de mercados internacionales (Forstner, 2013). La creación del

producto turístico artesanal en Otavalo, Ecuador, desarrolló un crecimiento de los ingresos económicos de la zona mediante la ventas locales y exportaciones de su artesanía en el mundo y fortaleció la identidad cultural del pueblo artesanal (Buenaño, Soria, Andrade y González, 2016). Asimismo, las exportaciones en Otavalo por la cerámica fueron entre 70 a 80 contenedores de 40 pies cada 3 meses, lo que genera ingresos altos a la población además del turismo (Sosa, 2015). Por otro lado, el artesano logra entender y fortalecer la identidad cultural de su pueblo. Asimismo, es una fuente de enseñanza para las nuevas generaciones, ya que estas poseen poco conocimiento acerca de la artesanía y su importancia en la sociedad (Dussan et al., 2018).

Tabla 2. *Beneficios socioeconómicos de la artesanía de acuerdo con varios autores.*

Autor(es) / Beneficios	Forstner (2013)	Sosa (2015)	Buenaño, Soria, Andrade y González (2016)	Dussan et al. (2018)
Socio económicos	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomento de la identidad cultural ● Genera programas de salud y liderazgo ● Reducción de barreras de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejora económica de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aumento de exportaciones ● Reconocimiento del producto a nivel internacional 	<ul style="list-style-type: none"> ● Enseñanza a las nuevas generaciones ● Mejora el conocimiento e importancia de la artesanía

Fuentes: Forstner (2013), Buenaño, Soria, Andrade y González (2016), Sosa (2015) y Dussan et al. (2018).

Elaboración propia

Aplicabilidad de los modelos de desarrollo de productos turísticos artesanales para pueblos de artesanos en el Perú

Es necesario mencionar la función que pueda tener su artesanía en la comunidad y para el turismo. En algunas localidades, la artesanía forma parte del circuito turístico; sin embargo, en otras no pertenecen, son parte de su festividad o un souvenir para el turista. Además, en cada una de estas manifestaciones culturales se destaca la historia e innovación de cada una de las comunidades artesanales y cómo han evolucionado para el beneficio de estas (Mincetur, 2019). Las principales características de la artesanía peruana y sus líneas artesanales se detallan en la Tabla 3.

Tabla 3. *Análisis de las características de la artesanía en el Perú*

Línea artesanal	Principales lugares	Principales productos	Ruta turística
Mate decorado	Valle del Mantaro	Mate decorado	No pertenece
	Lambayeque		No pertenece
	Ayacucho		Circuito turístico Huamanga y Quinua
Bordado	Junín	Faja, pollera, manta, manguillas.	Festividad carnavales (Huaylarsh)
Tejido en Fibra Vegetal	Huachirí	Cestería	No pertenece
Cerámica	Piura	Paleteado y labrado	Circuito turístico Catacaos, Chulucanas y Simbala
	Cajamarca	Vasijas vidriadas	Souvenir para el turista
	Ayacucho	Cerámica rojiza	Circuito turístico Quinua y Huamanga
	Cusco	Colonial y andina	Circuito turístico Cusco, Chinchero, Písaq, Valle Sagrado
	Puno	Toritos de Pucara	Souvenir para el turista
	Amazonía	Cerámica Shipibo	Souvenir para el turista

Sigue en la siguiente página...

...continúa de la página anterior

Línea artesanal	Principales lugares	Principales productos	Ruta turística
Platería	Mayor parte del Perú	joyas, objetos religiosos, placas, exvotos	Souvenir para el turista
Hojalata	Ayacucho, Junín, Huancavelica, Apurímac, Cusco y Puno	Candelabros, urnas, cruces	Artística y comercial
Religiosidad	Andes peruano	Retablos, nacimientos y cruces andinos	Souvenir y comercialización
Instrumentos musicales	Cajamarca	Andara	Protector ante espíritus malignos
	Ancash	Tambor y flauta	Festividades religiosas
	Huancavelica	Trompeta de chonta blanca	Festividad de Santiago
	Cusco	Flauta de pico, Trompetas de caracoles, Quena	Souvenir y Festividad
	Arequipa	Flauta de pico	Festividad de carnavales en el Colca
	Puno	Flauta de pan	Festividad de Todos los Santos, carnavales y Candelaria
	Amazonía	Silbato de caña	Festividad sagrada del ciclo vital
Arpillería	Lima y provincias	Costumbres del lugar de procedencia	Función social y comercial

Fuente: Mincetur (2019)

Elaboración propia

El primer modelo que se debe tomar en cuenta es el modelo de producto turístico artesanal colombiano, aplicado principalmente en Morroa, Sampués y Tuchín. La característica principal del modelo colombiano es la creación de rutas artesanales, el cual tiene un enriquecimiento sociocultural y humanístico para las comunidades locales. Asimismo, realizó la creación de una ruta turística, imagen de marca, para que sea identificada nacional e internacionalmente, realización de paquetes turísticos, estudios de zona para identificar y mejorar el estado de la infraestructura y estructura turística y, por último, el compromiso de la población para ser parte del producto turístico artesanal (González y Baquero, 2018). El modelo colombiano desarrolló una comunicación con el sector privado, para la inversión en los

productos artesanales. Asimismo, se planteó estrategias y objetivos como, por ejemplo, soporte del Estado, unión de los municipios aledaños, capacitaciones de las comunidades, promoción continua del producto artesanal y la creación de canales de distribución para poner a disposición el producto a los turistas. Además, se analizó las principales líneas artesanales como el tejido de hamacas, carteras, ponchos, sombreros y, se implementó el turismo comunitario, para la mejora de las técnicas y que el turista realice un turismo comunitario (Murillo y Hernández, 2019). Al ser reciente este modelo, puede ser alternativa para la inspiración de productos turísticos artesanales en el Perú, ya que cuenta con similares líneas artesanales como cerámica, textilera, tallado en piedra, platería, fibra vegetal, madera, joyería, etc. Es necesario que los productos turísticos artesanales peruanos respondan a los requerimientos vigentes en el mercado nacional e internacional (Bonilla y Carbajal, 2016)

Al analizar el primer modelo, es importante señalar que, para poder aplicarlo en el Perú, se debe observar destinos o recursos con característica similares a lo que se oferta en el país. Este es el caso del barrio artesanal de Catacaos. Este es reconocido por su producción de algodón de gran calidad, joyas de oro y plata y tejidos de paja toquilla. Se adaptaría el modelo mencionado; ya que la línea artesanal es similar y, cuenta con productos originarios de la zona, que son parte de la identidad local. Además de los textiles, realiza la alfarería, orfebrería, artesanía en madera y en paja (Yengle, 2016). Sin embargo, Catacaos carece de infraestructura adecuada para la recepción turística y, la relación entre el artesano y el turista no es la adecuada. Asimismo, la mayoría de los negocios artesanales son informales, lo que genera problemas para la creación de un producto turístico en base a la artesanía (Gallo, 2016).

Por otro lado, Chulucanas es un pueblo artesanal conocido por sus exportaciones de su artesanía en cerámica, abasteciendo al norte peruano con sus productos de interés turísticos y culturales. Al igual que Catacaos, este pueblo se adaptaría al sistema colombiano y se podría dar una ruta turística entre los dos, por la cercanía que se tienen (Luna y Rodríguez, 2018). Chulucanas cuenta con infraestructura y estructura turística para la creación de un producto turístico; además, de una accesibilidad segura y fácil hacia el destino. No obstante, presenta problemas con los microempresarios artesanales en las zonas, ya que cada uno busca el interés propio y no encuentran un posicionamiento requerido en el mercado externo. Además, no cuenta con el apoyo necesario por parte de las autoridades municipales y regionales (Camacho, 2016).

El segundo modelo es el pueblo de Otavalo, caracterizado por su desarrollado turismo artesanal. Según Stolle (2016, como citó Buenaño, Soria, Andrade y Gonzales, 2016), la comunidad ha ganado influencia económica a través del éxito de su artesanía, el comercio,

maquinaria moderna, tecnología en comunicación, infraestructura y turismo. Además, se rompieron esquemas de producción, ya que estos se adaptaron a la demanda del mercado y sus artesanías entraron al mercado global. El éxito turístico de Otavalo se debe al orgullo propio sobre su patrimonio cultural, lo que le permite ser un referente cultural y en desarrollo sostenible. Esto ha logrado que tenga aproximadamente 500 mil turistas al año. Además, los Otavalo no lucran con su cultura sino fortalecen su identidad cultural y esto es atraído por los turistas (Buenaño, Soria, Andrade y Gonzales, 2016). Las principales líneas artesanales de este modelo son la artesanía en madera, la textil, como las blusas y ponchos Otavaleños. Además, las artesanías Otavaleñas son consideradas experiencias tangibles para los turistas y están vinculadas con el paisaje y cultura del pueblo (Muenala, 2015). Asimismo, Otavalo cuenta con ferias para la promoción artesanal, al igual que hospedaje, transporte y entretenimiento para que la experiencia del turista sea agradable. La artesanía Otavaleña ha logrado trascender a países como Estados Unidos y Canadá (Davalos, Pinargote y Brucil, 2019).

El Barrio de Artesanos de San Blas en Cusco cuenta con todas las características para poder utilizar el modelo de Otavalo. Este atractivo turístico, destaca por su gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros. El barrio de San Blas cuenta con infraestructura y estructura turística, las cuales hacen que sea parte de un recorrido principal para el viajero. Asimismo, se afirma que San Blas se encuentra en constante cambio debido a la actividad turística. Sin embargo, a lo largo de los años ha ido perdiendo la identidad barrial, ya que se adapta a la demanda del turismo masivo que visita el recurso mencionado (Jualerr, 2015). Otro de los pueblos artesanales que poseen características para adaptarse al modelo de producto turístico artesanal ecuatoriano es el de Quinua. Este pertenece a Huamanga, denominada “capital de la artesanía peruana” y posee una riqueza cultural ancestral con admiración internacional. Sin embargo, no se cuenta con talleres adecuados para la artesanía, caso contrario a Otavalo. Asimismo, no se distinguen los costos ni preferencias para los visitantes y, se cuenta con una visión bloqueada de la competitividad (Cerda, 2016).

4 DISCUSIÓN

Al analizar las fuentes académicas consultadas, se identifica que el proceso de desarrollo del producto turístico en base a la artesanía no es único, ya que se rige o basa en las características propias de cada comunidad artesanal y el tipo de artesanía que poseen. Sin embargo, los resultados optimistas, como los altos flujos turísticos, ingresos económicos y mejoras sociales, dependen de las estrategias y objetivos planteados en cada propuesta de desarrollo. Por ello, las estrategias se deben enfocar en analizar la demanda para satisfacer las necesidades de los de los turistas respecto a experiencia vinculadas con artesanos y los objetivos garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental, ya que se involucra a la comunidad para su relación con el turista (Cardet, Palao & Gonzales, 2018; Castillo, 2015 & Ciliane, Zamberlan y Flores, 2014).

Con respecto a la importancia de la artesanía y la relación con el turismo, se menciona que la artesanía transmite una cercanía directa con el turista, ya que este la aprecia como producto y valora el trabajo de la comunidad artesanal. Asimismo, cada país posee lugares con oferta turística artesanal que son parte de la cultura del mismo y genera una relación directa con el turismo, mediante la convivencia de los pueblos de artesanos con el turista para mejorar la experiencia en el visitante (Ortega, 2013). Asimismo, la artesanía integra elementos propios de cada comunidad que se transforman para satisfacer las demandas de los turistas. Estos pueden ser sus diversas formas, colores o texturas representativos de cada pueblo, que se convierten en objeto de comercialización y valorización de la cultura (Rivas, 2018).

Teniendo en cuenta el análisis de las características del proceso de desarrollo de productos turísticos artesanales se debe partir del análisis de la demanda y establecer objetivos. Asimismo, realizar el análisis FODA y las estrategias de distribución, comunicación y precio son parte fundamental para el desarrollo de productos turísticos artesanales (Cardet, Palao y Gonzales 2018; Castillo 2015 y Ciliane, Zamberlan & Flores, 2014). La forma en la que la artesanía se vincula al turismo es distinta de acuerdo con las zonas estudiadas. La función de la artesanía en Europa es más artística, es decir, se fomenta mediante exposiciones de arte creadas por artesanos contemporáneos. Además, la artesanía europea se encuentra altamente calificada con altos niveles de comercio (Kortsch, Schulte y Kauffeld, 2019).

En África la artesanía sirve como desarrollo social y económico, al igual que para la reducción de la pobreza y otros problemas que aquejan en el continente. Esto involucra en la mejora de la promoción de sus técnicas artesanales para la elaboración de sus artesanías como el cuero, cerámicas, textiles y tribales. (Muya, Price y Edum, 2006).

Mientras que, en Latinoamérica, la artesanía posee una importancia cultural y turística. Uno de los países donde se desarrollan productos turísticos artesanales es México, país en el que cada una de sus ciudades posee riquezas artesanales como la cerámica, máscaras, joyas y cestería. Asimismo, las principales ciudades donde se desarrollan productos turísticos artesanales son Metepec, Zinacantán, Chiapas y San Cristóbal de las Casas. En Ecuador se desarrolla uno de los principales productos turísticos artesanales en la comunidad de Otavalo, que tal como fundamenta Sailema (2013) se debe a la adaptación de los artesanos con el turista sin la necesidad de perder su identidad cultural. Por otro lado, en Colombia se caracteriza por crear rutas turísticas artesanales que involucran a más de una comunidad. Asimismo, estableció la imagen y marca para el fortalecimiento de la identidad nacional con respecto a la artesanía (Gonzales y Baquero, 2018).

Los beneficios de desarrollar productos turísticos artesanales se dividen en sociales y económicos. El primero de estos se refiere a fortalecer la identidad cultural local que se da cuando se valora y practica los elementos culturales de la comunidad. Por otro lado, está el reconocimiento internacional de la artesanía, ya que esto crea un sentimiento de orgullo en el artesano por ver sus productos expuestos o apreciados fuera de su lugar de origen. Uno de los beneficios sociales de realizar productos turísticos artesanales es el generar programas de salud para la reducción de los tóxicos por parte de la artesanía y, programas de liderazgos para la mejora en la gestión turística y comunal por parte de los artesanos (Forstner, 2013 y Dussan et al, 2018). Con respecto al ámbito económico, la artesanía promueve las exportaciones de los productos que conllevan a incrementar los ingresos económicos de la comunidad. Al igual, la mejora económica de los pueblos artesanales aumenta el empleo, diversifica sus actividades principales y mejora la tecnología para la elaboración de sus productos (Buenaño, Soria, Andrade y González, 2016 y Sosa, 2015).

El Perú posee una gran diversidad y riqueza artesanal, pues cuenta con líneas artesanales como el mate decorado, el bordado, tejido en fibra vegetal, cerámica, hojalata, religiosidad, platería, arpillera e instrumentos musicales. Esto se compara o supera a la diversidad que existe en países como México, Colombia y Ecuador que han logrado desarrollar productos turísticos artesanales de forma exitosa debido a sus estrategias como el fortalecimiento de su identidad cultural, infraestructura, tecnología e involucrar rutas turísticas con otros lugares para la creación del producto turístico. Sin embargo, para realizar los modelos mencionados, el Perú debe mejorar la calidad de las artesanías sin perder la identidad propia de las comunidades, al igual que en el servicio al turista, ya que algunos lugares artesanales como en Chulucanas y Catacaos no poseen una buena relación con el visitante extranjero (Gallo,

2016). Por último, invertir en infraestructura para mejorar el acondicionamiento local y el desarrollo de los artesanos de manera económica y social.

5 CONCLUSIONES

En primer lugar, la artesanía es de vital importancia para el desarrollo del turismo, pues a partir de ella se puede generar productos turísticos, que logran mejorar la economía y la identidad cultural de las comunidades locales. Esto a su vez, generaría flujos turísticos a la zona y una mayor comercialización de los productos artesanales que, si se logra una adecuada gestión turística y gubernamental, incentiva la exportación al extranjero, generando mayores ingresos a la comunidad artesanal.

Adicionalmente, se puede concluir que las características de los procesos de desarrollo de productos turísticos son variadas, ya que dependen de los análisis de la demanda y el establecimiento de estrategias y objetivos que involucren a la comunidad, mediante un desarrollo sostenible. Por otro lado, la artesanía tiene una función distinta en cada región del mundo. Es decir, la artesanía es utilizada en el mundo con fines artísticos, comerciales, o de desarrollo social como se aprecia en Europa y África. Sin embargo, otros países mantienen culturas vivas que permiten realizar la artesanía con fines turísticos, tal es el caso de Latinoamérica.

Asimismo, es necesario implementar el turismo comunitario para una convivencia sostenible entre el turista y el artesano. Esto mejorará la experiencia del visitante y la valorización de la cultura de la comunidad artesanal. Además, este tipo de turismo recupera y promueve las manifestaciones y valores culturales que se pierden con el tiempo, por lo que, para un desarrollo de producto turístico artesanal, es necesario realizar el turismo comunitario.

En el Perú cuenta con una gran diversidad de oferta artesanal, en la que se identifica grandes posibilidades de generar productos turísticos artesanales. Sin embargo, se debe invertir en la infraestructura turística, asimismo, una adecuada gestión por parte del Estado para promover las artesanías y mejorar su calidad en el producto. Además, es importante señalar que se debe implementar capacitaciones al artesano respecto a la atención hacia el visitante, ya que al ser este óptimo, no solo mejoraría la experiencia del turista, sino que generaría una mayor llegada de visitantes a la zona. El modelo colombiano cuenta con grandes posibilidades de ser adaptado a la oferta artesanal del Perú, debido a que involucra a varias comunidades de artesanos y crea una marca a nivel nacional.

Por último, se concluye que el proceso de desarrollo de productos turísticos basado en la artesanía no es único. Esto dependerá de las características propias de cada una de las comunidades locales y de las líneas artesanales. Asimismo, un adecuado desarrollo de productos turísticos dependerá de las buenas estrategias que se definan durante el proceso y, estas deben ser sostenibles. Por ejemplo, en el ámbito social garantiza el fomento de la identidad cultural de las comunidades. Con respecto al económico, fomenta el empleo y genera mayores ingresos en los pueblos artesanales; y, en el medioambiental, las artesanías deben minimizar la contaminación generada por los materiales que se utilizan en el proceso de producción.

6 REFERENCIAS

- Akinbogun, T. L., & Ogunduyile, S. R. (2009). Crafts engagement in the economic survival of South-Western Nigerian rural women. *Journal of Enterprising Communities*, 3(2), 217–234. <https://doi.org/10.1108/17506200910960897>
- Aguinaga, M. (2018). *Estrategias de distribución en la gestión de la marca artesanía San Mateo dirigido al mercado de Lima Metropolitana*. (Tesis de Título, Universidad Nacional Agraria La Molina, Facultad de Economía y Planificación, Lima: Perú). Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3776/aguinaga-cueva-maria-zulema.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta 15 de Setiembre de 2020].
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libros+de+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwionLKXyt3rAhWcILkGHeFSDQU4FBDoATACegQIARA#v=onepage&q&f=false>. [Consulta 9 de Setiembre de 2020].
- Bonilla, E. & Carbajal, M. (2016). El desarrollo de la artesanía y su formalización empresarial. *Revistas de la Universidad de Lima*, 83- 106. Recuperado de: [file:///C:/Users/marce/Downloads/527-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1533-1-10-20160128%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/marce/Downloads/527-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1533-1-10-20160128%20(3).pdf) [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Borges, A. (2015) Craft revitalization as a change agent in Latin America. *Making Futures Journal*, 3, 11-14. Recuperado de http://www.plymouthart.ac.uk/documents/Adelia_Borges_-_Keynote.pdf. [Consulta 30 de Setiembre de 2020].
- Buenaño, M., Soria, E., Andrade, N. & Gonzales, S. (2016). Los Kichwas Otavalos, su artesanía y el turismo. *Revista Publicando*, 3(7), 346-353. Recuperado de [file:///C:/Users/marce/Downloads/Dialnet-LosKichwasOtavalosSuArtesaniaYElTurismo-5833454%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/marce/Downloads/Dialnet-LosKichwasOtavalosSuArtesaniaYElTurismo-5833454%20(1).pdf) [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Camacho, A. (2016). Condiciones que presenta el centro poblado de La Encantada, distrito de Chulucanas, provincia de Morropón, Departamento de Piura; para la práctica del turismo vivencial. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Sociales. Trujillo: Peru). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5374/CAMACHO%20HOYOS%20ANA%20CECILIA%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta 3 de Octubre de 2020].

- Cardet, E., Palao, R. & Gonzales, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Revista Scielo*, 12(1), 1-16. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n1/rdir01118.pdf> [Consulta 16 de Octubre de 2020].
- Castillo, E. (2015). Metodología para desarrollar productos turísticos - Caso de Estudio. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 96-109. Recuperado de <file:///C:/Users/marce/Downloads/6-11-1-SM.pdf> [Consulta 16 de Octubre de 2020].
- Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (2013). *Artesanía en América*. Recuperado de https://issuu.com/cidapecuador/docs/artesani_asdeamerica [Consulta 30 de Setiembre de 2020].
- Cerda, S. (2016). *Factores de producción y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Ayacucho: Perú). Recuperado de http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/844/Tes%20E172_Cer.pdf?sequence=1 [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Cileane, C., Zamberlan, N. & Flores, V. (2014). La valoración de las artesanías en el sur de Brasil a través del turismo. *Revista Científica de América Latina, El Caribe, España y Portugal*, 23(4), 668-684. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180732145002.pdf> [Consulta 16 de Octubre de 2020].
- Dávalos, X., Pinargote, M. & Brucil, G. (2019). Una mirada desde el turismo sustentable a la provincia de Imbabura - Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 12-18. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/19404312.html> [Consulta 3 de Octubre de 2020]
- De Mello, C. & Ceretta, C. (2015). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. *Revista Científica de América Latina Redalyc*, (24), 188-204. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180738583001.pdf> [Consulta 15 de Setiembre de 2020].
- Del Carpio, P. (2017). Estrategias mercadológicas e innovación en las artesanías, una tradición transformada. *Editorial Politécnico Grancolombiano*, 12(23), 1-29. DOI: [10.15765/plnt.v12i23.987](https://doi.org/10.15765/plnt.v12i23.987)
- Dussan, F., Mulford, C., Machado, D., Machado, N., Machado, M., López M., Arrazola, L., López, A., López, B., Alvarino, J., Larios, S., Rivera, N., Sequea, N., Guzman, D., Davila, B. & Luque, L. (2018). La artesanía como estrategia pedagógica para la enseñanza de la

- identidad cultural. *Cultura, Educación y Sociedad*, 9(3), 449-456. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.9.3.2018.52>
- Fierro, C. & López, O. (2011). *Plan de marketing en pequeños artesanos de madera en el pasaje galería artesanal de Colombia del centro de Bogotá*. (Tesis de licenciatura, Universidad de la Salle, Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias. Bogotá: Colombia). Recuperado de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=administracion_agronegocios [Consulta 15 de Setiembre de 2020].
- Freitag, V. (2014) Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad. *Revista Científica de América Latina Redalyc*, (11), 129-143. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/874/87432695007.pdf> [Consulta 15 de Setiembre de 2020].
- Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de artesanas en la región Puno (Perú). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72). 141-158. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v10n72/v10n72a08.pdf> [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Gallo, L. (2016). *Centro de difusión y capacitación artesanal*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Arquitectura. Lima: Perú). Recuperado de file:///C:/Users/marce/Downloads/Cybertesis%20Gallo_GL.pdf [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Gonzales, M. & Baquero, A. (2018). Producto turístico cultural artesanal en Morroa y Sumpués Sucre - Colombia. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, (4), 7-28. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6358758> [Consulta 15 de Setiembre de 2020].
- Guevara, K. & Sánchez, P. (2015). La gestión ambiental empresarial: Una propuesta desde el sector artesanal de cerámica en Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo*, 11, 89-100. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/042d/b28867a4de1770dd20a0a60fec3a00165ca1.pdf> [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf> [Consulta 9 de Setiembre de 2020].

- Hernández, V., Pineda, D. & Andrade, M. (2011). Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Revistas Científicas de América Latina y El Caribe*, 21(13), 65-92. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187222420004.pdf> [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Herrera, P. (2016). Artesanía en Latinoamérica: Experiencias en el proceso de fabricación. *Congreso de la Sociedad Iberoamericana de Gráfica Digital*, 426-432. DOI: [10.5151/despro-sigradi2016-814](https://doi.org/10.5151/despro-sigradi2016-814)
- Jiménez, V. (2013). *Rusia, Moscú y San Petersburgo*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=50dTEgGJbSgC&printsec=frontcover&dq=Rusia,+Mosc%C3%BA+y+San+Petersburgo+y+Ciudades+Anillo+de+Oro:+Guia+de+Viaje+de+Rusia&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewj8l4rLsJbsAhXQK7kGHUAIBCsQ6AEwAHoECAyQA#v=onepage&q=Rusia%2C%20Mosc%C3%BA%20y%20San%20Petersburgo%20y%20Ciudades%20Anillo%20de%20Oro%3A%20Guia%20de%20Viaje%20de%20Rusia&f=false> [Consulta 30 de Setiembre de 2020].
- Jualerr, M. (2015). Entre lo global y lo local. *Revista La Colmena*, (8), 18-27. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lacolmena/article/view/19018> [Consulta 30 de Setiembre de 2020]
- Kortsch, T., Schulte, E. M., & Kauffeld, S. (2019). Learning @ work: informal learning strategies of German craft workers. *European Journal of Training and Development*, 43(5–6), 418–434. <https://doi.org/10.1108/EJTD-06-2018-0052>
- Luna, J. & Rodríguez, C. (2018). *Propuesta de implementación de la marca colectiva para los productores y microempresarios de la ciudad de Chulucanas para incrementar sus exportaciones de artesanía hacia Estados Unidos de Norteamérica*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Lambayeque: Perú). Recuperado de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/4074/BC-TES-TMP-2886.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Luza, P. & Robles, N. (2019). *Factores claves de éxito de los negocios de artesanía en la provincia de Huamanga - Ayacucho en el 2019*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios. Lima: Perú). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648695/LuzaE_P.pdf?sequence=3&isAllowed=y [Consulta 3 de Octubre de 2020]

- Mastache, A. & Morett, E (2019). *Entre dos Mundos*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=tRe_DwAAQBAJ&pg=PT208&dq=exito+de+artesanias&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiAiN7yn4XqAhUAHLkGHal4B24Q6AEIQzAD#v=onepage&q=exito%20de%20artesanias&f=false [Consulta 10 de Mayo de 2020]
- Ministerio de Cultura Argentina (2018). *Artesanías argentinas reconocidas por el World Craft Council*. Recuperado de <https://www.cultura.gob.ar/noticias/estas-artesanias-argentinas-fueron-reconocidas-por-el-world-crafts-council/> [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Mincetur (2015). *Centro de innovación tecnológica de artesanía y turismo*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/13_CITE_2015.pdf [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Mincetur (2019). *Artesanía del Perú: Historia, tradición e innovación*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/2019/Artesania-del-Peru-Historia.pdf> [Consulta 16 de Octubre de 2020].
- Muenala, W. (2015). *Desarrollo de una nueva línea de productos y accesorios artesanales en cuero y tapiz, para promover y dinamizar la artesanía Otavaleña y el emprendimiento familiar “Malky Artesanías” enfocado en el diseño andino, combinando con los modelos contemporáneo que demanda el turista local y extranjero*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de las Américas, Facultad de Arquitectura y Diseño. Quito: Ecuador). Recuperado de <file:///C:/Users/marce/Downloads/UDLA-EC-TDGI-2015-16.pdf> [Consulta 3 de Octubre de 2020].
- Murillo, L. & Hernández, P. (2019). *Lineamientos para el diseño de un producto turístico participativo enfocado en el desarrollo local para el municipio de Tuchin, Córdoba*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Bogotá: Colombia). Recuperado de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/1727/1/BAA-spa-2019-Lineamientos_para_el_diseño_de_un_producto_turístico_participativo_enfocado_en_el_desarrollo_local [Consulta 3 de Octubre de 2020].

- Muya, M., Price, A. D. f., & Edum-Fotwe, F. T. (2006). Construction craft skills requirements in sub-Saharan Africa: A focus on Zambia. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 13(3), 223–241. <https://doi.org/10.1108/09699980610669660>
- Niera, V. & Pasapera, S. (2015). Artesanía y su influencia en el desarrollo sostenible de los artesanos del Caserío de Arbosol en el distrito de Morrope. *Revista Científica Horizonte Empresarial*, (2). Recuperado de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/129/128> [Consulta 15 de Setiembre de 2020].
- Ortega, E. (2013). *La actividad artesanal alfarera como atractivo turístico del municipio de Metepec*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de Mexico, Facultad de Turismo y Gastronomía. Toluca: México). Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/13725/404058.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Pignotti, C. (2016). *Joyería contemporánea, un nuevo fenómeno artístico*. (Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Valencia, Facultad de Bellas Artes. Valencia: España). Recuperado de <file:///C:/Users/marce/Downloads/Pignotti%20-%20Joyer%20C3%ADa%20Contempor%20A1nea,%20un%20nuevo%20fen%20C3%B3meno%20art%20C3%ADstico.%20An%20C3%A1lisis%20de%20las%20relaciones%20entre%20l...pdf> [Consulta 1 de Octubre de 2020].
- Recuera, V., Blasco, F. & Garcia de Madiarraga, J. (2016). *Marketing del turismo cultural*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=AdB_CwAAQBAJ&pg=PA23&dq=turismo+cultural&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiq-uC23dDrAhVuErkGHf_6DwwQ6AEwBnoECAkQA#v=onepage&q=turismo%20cultural&f=false. [Consulta 8 de Setiembre de 2020].
- Rivera, M., Alberti, P., Vazquez, V. & Mendoza, M. (2008). La artesanía como producto cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco. *Revista Scielo*, 15(46). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-14352008000100010&script=sci_arttext [Consulta 16 de Octubre de 2020].
- Rivas, R. (2018). La artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología Koot*, 8(9), 80-96. DOI: <http://dx.doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>
- Sailema, M. (2013). *Las artesanías y su aporte al desarrollo del turismo cultural de la parroquia de Salasaca Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de Educación. Ambato

- : Ecuador) Recuperado de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5213/1/Tth_2013_141.pdf [Consulta 16 de Octubre de 2020].
- Saldaña, O., Serrano, R. & Pastor, Y. (2017). Análisis interpretativo del turismo en el patrimonio cultural artesanal. Tepoztlán, México. *Revista de Investigaciones Turísticas*, (16), 46-67. . <http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2018.16.03>
- Sánchez, P. (2017). La estrategia ambiental en pequeños negocios de artesanía, un ejemplo de medición. *Revista de Investigación y Ciencia*, 26(73). Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/674/67454781009/html/index.html> [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Sosa, R. (2015). *La incidencia de la artesanía importada en la ciudad de Otavalo y su impacto en la economía local*. (Tesis de Maestría, Universidad Internacional de Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Quito: Ecuador). Recuperado de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/665/1/T-UIDE-0610.pdf> [Consulta 3 de Octubre de 2020].
- Vascones, P. (2014). *Los beneficios artesanales, causas y consecuencias en el derecho laboral*. (Tesis de Título, Universidad Central del Ecuador, Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Políticas y Sociales. Quito: Ecuador). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/5589/1/T-UCE-0013-Ab-375.pdf> [Consulta 19 de Setiembre de 2020].
- Vázquez, J. (2012). *Importancia del mercado artesanal de Guayaquil, como modelo de emprendimiento económico basado en el modelo económico de gestión artesanal Mexicano del Fonart*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Espíritu Santo, Facultad de Artes Liberales. Samborondón: Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1809/1/tesis%20Jenny%20Velasquez.pdf> [Consulta 29 de Setiembre de 2020].
- Vizcaino, L., Serrano, R., Cruz, G. & Pastor, M. (2017). Turismo, alfarería y trabajo femenino en el pueblo mágico de Metepec - México. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 391-407. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=107> [Consulta 16 de
- Velastegui, E. (2019). Las artesanías y su real impacto en el turismo. *Revista de Conciencia Digital*, 2(2), 27-40. DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i2.942>

World Craft Council (2020). Craft City Guidelines. Recuperado de <https://www.wccinternational.org/> [Consulta 2 de Octubre de 2020].

Yengle, Y. (2016). *Atributos de la artesanía como recurso turístico potencial, para la práctica del turismo cultural en el distrito de Catacaos, provincia de Piura, Departamento de Piura*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Sociales. Trujillo: Perú) Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5703/YENGLA%20VILLANUEVA%20C%20YESSENIA%20LISSBETH%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta 3 de Octubre de 2020].