

ESTUDIO DE LA JÍCARA LABRADA, UNA ARTESANÍA DE JALPA DE MÉNDEZ, TABASCO, MÉXICO

STUDY OF THE CARVED GOURD, A CRAFT FROM JALPA DE MÉNDEZ, TABASCO, MEXICO

Rubí Jazmín Ortiz Magaña, Carlos David ZetinaPérez, Herminia Banda Izeta

RESUMEN

Las artesanías, como parte del patrimonio cultural, transmiten habilidades entre generaciones. Sin embargo, el consumismo favorece a las empresas industriales, desplazando a las artesanías, que suelen ser costosas debido a la producción manual. A pesar de esto, las artesanías impulsan el turismo y generan empleo. Este estudio cualitativo se basa en la teoría fundamentada y en el análisis de las 4Ps del marketing estratégico. Se realizaron entrevistas y grupos focales con artesanos expertos en el labrado de la jícara. Se concluye que las artesanías son parte integral de la vida cotidiana y de la historia ancestral, pero la tradición de preservarlas, especialmente la jícara labrada en Jalpa de Méndez, Tabasco, se está perdiendo. Los artesanos necesitan apoyo para continuar; se identificaron problemas clave, como la escasez de artesanos, que requieren más difusión para subsistir.

Palabras clave: Jicará Labrada, Artesanía, Artesanos, Jalpa de Méndez, Tabasco.

ABSTRACT

Handicrafts, as part of cultural heritage, pass down skills across generations. However, consumerism favors industrial companies, displacing handicrafts, which tend to be costly due to manual production. Despite this, handicrafts promote tourism and create employment. This qualitative study is based on grounded theory and analysis of the 4Ps of strategic marketing. Interviews and focus groups were conducted with skilled artisans in carving gourds. It is concluded that handicrafts are integral to daily life and ancestral history, yet the tradition of preserving them, especially carved gourds in Jalpa de Méndez, Tabasco, is fading. Artisans require support to continue; key issues such as artisan scarcity were identified, necessitating more promotion for sustainability.

Keywords: Jicara Labrada, Crafts, Craftsmen, Jalpa de Mendez, Tabasco.

Fundación Tecnológica Autónoma del Pacífico.
ISSN: 2806-0172 (En Línea).
Cali - Colombia.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
Atribución - No Comercial - Sin Derivadas 4.0 Internacional.

Medio de difusión y divulgación de investigación de la Fundación Tecnológica Autónoma del Pacífico.

INTRODUCCIÓN

El nombre oficial de México es Estado Unidos Mexicanos ya que está conformado por 32 estados. Estos estados que son de México, son importantes ya que conforma un solo país. México tiene una extensión territorial 5,114,295km² en total de la superficie del país. El total de población de México es de 126,014,024 habitantes (Relaciones Exteriores, 2024).

El Estado de Tabasco, su Capital es Villahermosa, su extensión representa el 1.3% del territorio nacional, el total de población de Tabasco es 2,402,598 habitantes en todo el estado. Tabasco, se conforma por 17 Municipios. Cada municipio y estados tienen sus propias características y/o diferenciadores y de estas depende los productos que ofrecen al país, el clima de Tabasco es 95% con cálido húmedo y el 5% es clima cálido subhúmedo, la temperatura de tabasco es de 27°C y la temperatura máxima es de 36°C, ya que se presenta en el mes de mayo, la temperatura de este estado varía, dependiendo del tiempo (INEGI, 2020).

Jalpa de Méndez, es uno de los 17 Municipio más importantes históricamente, con actividades importantes como la agronomía, gastronomía, artesanías y ganadería, además cuenta con 91,185 habitantes y tiene una superficie de 369.70km², se localiza en la zona de la Chontalpa, su límite queda al norte con los municipios de paraíso y Centla, al sur Cunduacán, al este con Nacajuca, y al oeste con Comalcalco y paraíso. Las lagunas de Jalpa de Méndez, mas importantes son: Pomposú, el eslabón, la negrita, san Agustín, el provecho la tinaja y el tronco (Portal Tabasco, 2023).

Jalpa de Méndez, proviene de dos vocablos náhuatl "Xalli-pan", que significa sobre la arena, el agregado de "Méndez" en honor al coronel Gregorio Méndez Magaña, que es héroe republicano y expulsó a los franceses de Tabasco en 1550, debido al asentamiento de familias españolas fue designado como cabecera de la Chontalpa en el año 1665, a partir del año 1882 se designó como Municipio, tiene diferentes tipos de artesanías que son: jícaras labradas y cocos labrados, de igual manera hay de corozo y hueso, la talabartería y cerámica (Guía Turísticas México 2023).

La técnica del labrado de la jícara es antigua y solo en Jalpa de Méndez se ha podido perfeccionar. En los tiempos muy remotos, con el paso de la cultura mesoamericana, se consideraba el árbol de la jícara como sagrado debido a su porte ornamental, ya que los árboles son livianos, muy leñosos, resistentes a las plagas y enfermedades que se pueden generar en los árboles, ahora se usan los frutos de la jícara para tratar diversas enfermedades y su cascara sirve para labrarse y usarlo como vaso para tomar una típica bebida que se llama pozol. El pozol es una bebida refrescante, está elaborado con masa de maíz y cacao molido, se amasa y se pone a licua con agua fría, luego obtienes un líquido espeso. La tradición en Tabasco en los antepasados servía el pozol en las jícaras labradas (Cristell Reyes 2023).



Figura 1. Jícara Labrada



Figura 2. Pozol en Jícara labrada

Las artesanías son creadas como productos duraderos o efímeros, sus usos se determinan según las necesidades que cubrirá, por ejemplo, de forma ornamental, las jícaras tienen ese porte, de cómo se han ido creando desde sus inicios hasta el día de hoy más

elaborada y tomando forma para fiestas o decoraciones (Dorantes y Neyra 2020).



Figura 3. Cernidor (colador)



Figura 4. Lámpara

Problemática de los artesanos

En todo el mundo desde el inicio de la pandemia existió incertidumbre en la economía, cultural y social, en el sector artesanal de México, los artesanos tuvieron que cerrar los ámbitos de exposición, compra y venta, además hubo escases de materia prima y tuvieron muchas restricciones para acceder a los servicios de salud (FONART 2020).

Debido a que la pandemia COVID-19 ha causado problemas devastadores en la industria cultural y la creativa, alrededor de todo el mundo los artistas culturales y artesanos fueron los más afectados debido al confinamiento y distanciamiento físico, que se vieron en la necesidad de tomar precauciones referente a la salud, además en el campo de trabajo hubo un shock económico que debilitó las ventas

entrando en una crisis económica y muchos de ellos han perdido sus empleos o no han vuelto a retomar sus trabajos para continuar (UNESCO 2021).

En la actualidad, crecieron muchas categorías de diferentes tipos de trabajadores manuales como los constructores y en otros casos el crecimiento ha disminuido como los artesanos de cerámica, madera, cerámicas, textiles, entre otros (Bensusan y Vaquiro 2020).

En los datos de la encuesta nacional de ingresos en los hogares ENIGH desarrollado en el 2018 se muestra la importancia que tiene la economía frente de la pandemia, la población artesanal vive totalmente de las ventas de productos que ofrecen, haciendo un total de 1,118,232 artesanos, los únicos registrados en el FORNAT son 610,857, el 20% son personas adultas y viven en lugares marginados, hay un 70% mujeres y 30% hombres de origen indígena (FORNAT 2020).

El Producto Interno Bruto [PIB] de las artesanías presentó una caída anual histórica de 1.53%, esto implicó que se retrocediera casi a los niveles del 2011, en el 2021 se estuvieron recuperando los niveles del 2017, en cuestión de empleo ya para el año 2021 México se situó en el puesto 10, 873 menos que la cifra de ocupación en el 2019, provocando preocupación (INEGI 2023).

Actualmente se están perdiendo los artesanos, eso significa, que si no hay artesanos, se pierden las técnicas artesanales que son de las tradiciones importantes en los tiempos, sin la ocupación de los artesanos, se pierde el oficio provocando que el patrimonio de las artesanías ancestrales vaya desapareciendo, ya que la salud de los artesanos restantes se va deteriorando, actualmente las pérdidas de materiales naturales como son los árboles de las jícaras, son muy escasos, ya que algunas personas no lo siembran en los últimos años, si no hay esos materiales, no hay jícaras labradas que es una artesanía de máxima importancia en el municipio (FONART 2009).

La actividad artesanal tiene desafíos para su desarrollo, como ejemplo la conservación de la cultura de los ancestrales, los altos costos de las materias primas y la falta de capital, además los artesanos ganan menos de un salario mínimo y los jóvenes

no están interesados en participar dentro de las actividades artesanales (Cámara de Diputados 2012).

Esto nos lleva a buscar respuesta a la pregunta de investigación ¿Cómo podemos rescatar y conservar las tradiciones para superar el problema que tiene la jícara labrada?

La importancia de la cultura artesanal

La artesanía, es patrimonio cultural donde los artesanos deben transmitir sus conocimientos y pulir sus habilidades enseñar a familiares u otras personas que realmente deseen aprender, protegerlo es importante ya que es parte de la identidad de un pueblo y es un testimonio que muestra el valor de los antepasados (Rivas 2018).

La artesanía, no debe ser elaborada únicamente para los turistas o personas fuera del país que lo vean como un recuerdo o un souvenir, sino que en la región donde lo producen debe usarse para hacer una demostración porque es importante esa artesanía en el lugar donde lo producen (Rivas 2018).

Los recursos naturales y la cultura han sido exitoso, en otros países que se ha visto aumentar los ingresos económicos de sus poblaciones, en la cual se han creado diversos proyectos que resaltan las características culturales de su gente y la belleza natural alrededor de su entorno en la cual atrae muchos visitantes (López 2019).

Vivimos en una sociedad que es de consumo, en la cual las empresas industriales están desplazando generalmente a las artesanías, por la cual los altos costos de producción de los artesanos son caros y los materiales que usan las industrias son dañinas, para eso muchos productos están siendo desplazados debido a los nuevos materiales que hacen las industrias y para los artesanos ya no es costosos (Rivas 2018).

Debido a las transformaciones que se han generado en las últimas décadas, son de las más preocupantes en el mundo la herencia del patrimonio cultural ya que se debe preservar un equilibrio entre las personas y el entorno, natural - cultural, la cooperación a nivel global es muy esencial para garantizar el patrimonio, no solo debe ser protegido ya que es de suma importancia para la sociedad sino el papel de preservar y cuidar los patrimonios culturales

inmaterial y que se entregue a las generaciones futuras en las mejores condiciones (UNESCO 2009).

En el artículo primero de la convención del patrimonio Mundial de la UNESCO (1972) menciona como patrimonio a toda obra arquitectónica, escultural, pinturas monumentales, elemento o estructura de carácter arqueológico, inscripciones en cuevas, y combinaciones de elementos, artísticos y la ciencia, desde el punto de vista de lo histórico, actividades entre las que se incluyen las artesanías con un valor universal excepcional.

El artesano y el flujo de turismo tienen una estrecha relación como proyectos que crean ingresos y las artesanías de los pueblos es una de las fuentes económicas más importante en el mundo (López 2019).

En Tabasco Actualmente, las jícaras labradas están registradas como patrimonio cultural Inmaterial, en la cual ya está reconocido como unas de las artesanías más importante en México, para ver la información esta publicado en el Sistema de Información Cultural de México en el apartado Panorámica de arte popular.

Las artesanías son una fuente de fomento al turismo y ayuda a que se creen nuevas fuentes de trabajo, entre más se promueva a los artesanos crear artesanías que hay en el pueblo mayor será el impacto en el turismo (López 2019).

Una de las áreas con mayor contribución del PIB es la artesanía, considerada como el mayor generador de economía con un porcentaje de 19.3%, con un importante impacto en México, además, respecto a lo laboral, el sector cultural la artesanía generó un 31.4%, la más alta generadora de ingreso económico en el turismo en el país de acuerdo a los datos de la cuenta satélite de la cultura de México (INEGI 2023).

Anteriormente el árbol de las jícaras era muy utilizado por los ancestros, que los plantaban para generar varias formas de uso diarios como jícaras labradas, platos, cernidores, entre otros, en cada parte de la población de Jalpa de Méndez, existía un árbol de jícara y en cada casa una jícara para tomar su pozol todos los días. Siempre se veía esas hermosas artesanías en las casas de los Jalpanecos, hay muchas costumbres sobre la jícara labrada que dicen sus experiencias los antiguos los Yokot'anes, por ejemplo, la persona que bebe toda su vida en la

misma jícara será enterrada con ella, ya que dicen que beben para saciar su sed el alma de la persona que murió (Hernández, 2023).

Por otro lado, las artesanías deben presentar el uso de la mercadotecnia estratégica para que proporcione la segmentación, de cartera, marketing Mix, crecimiento, de fidelización de clientes, entre otros; McCarthy clasifico varias actividades de herramientas en la mezcla de marketing a la cual lo llamo las 4Ps que es producto, precio, plaza y promoción, que son las más importante actualmente en el mundo de la mercadotecnia (Zetina, Juárez y Alvarado 2021).

Las 4Ps es la herramienta que usa la mercadotecnia ya que está centrada en lo estratégico dando a conocer las características del producto, la forma del envase, empaque, el embalaje, el precio debe ser justo al momento que el cliente lo adquiere, la plaza es unas las que debe establecer la base de fabricante al consumidor final, ya que se debe almacenar, lo transportes, la promoción es persuadir al cliente, existen diferentes formas de promocionar el producto, por medio del comunicaciones masivas, folletos, revistas, muestras y así incluir la promoción en la ventas, la publicidad y crear las relaciones públicas (Kotler 2012).

Definición de artesano

En la real académica española Define al Artesano como la Persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico. Modernamente para referirse a quien hace por su cuenta objetos de uso domésticos imprimiéndoles un sello personal, a diferencia de obrero febril (RAE 2023).

Variedad de artesanos

En la actualidad existen varios tipos de artesanos, por lo cual las prendas de vestir, las joyas, son considerada como artesanía tradicional, el artesano crea las artesanías de forma manual teniendo conocimientos y técnicas sobre el objeto, ya bien pueden ser minuciosos o hacerse de forma artesanal (UNESCO 2023).

Las artesanías son Arte u obra de los artesanos ya que la real académica española lo describió así ya que son obras que demuestran los artesanos sus habilidades hechas a mano, además Labrar es el

que trabaja en una materia reduciéndola al estado o forma conveniente para usarla (RAE 2023).

Tipos de artesanías

En el Área de Artesanía del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, existen tipos de artesanías que son importantes: Artesanía Tradicional componente patrimonial y territorial, se centra en la experiencial cultural de las comunidades, además manifiestan creencias, necesidades y las forma de hacer propias de cada comunidad, la Artesanía Indígena da los testimonios de las creencias y sabidurías de los grupos étnicos, que hacen presencia con los artefactos que suban con el fin de hacer rituales, y puede ser vista con otro fin y la Artesanía contemporánea hacen referencia a objetos creativos en objetos artesanales que no necesitan una identidad específica (CNCA 2008).

La jícara proviene del árbol del jícara, por la cual se modela en una vasija pequeña por lo cual se emplea para tomar, ya que es una definición que hizo la real académica española (RAE 2023).



Figura 5. Arbol de la jícara

METODOLOGÍA

El enfoque de este estudio de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2016) es cualitativo ya que es una investigación que examina la perspectiva de los individuos y experimenta los fenómenos que pasan a su alrededor, basado en la teoría fundamentada con diseño sistemático, utilizando las categorías de análisis de las 4ps, de la mercadotecnia estratégica.

Sujetos y muestra

Se seleccionaron a los Artesanos que tienen experiencia en el labrado de jícara, reconocidos

y los nombres fueron proporcionados por el Departamento de Fomento Económico y turístico del ayuntamiento de Jalpa de Méndez Tabasco, México cabe mencionar que los artesanos tienen un lugar en el corredor turístico de la cabecera municipal son solamente tres personas que labran y venden las jícaras los seleccionados y son expertos que participan de manera voluntaria.

Instrumento

Para la recolección de datos se realizarán entrevistas con preguntas semiestructuradas orbitando en la mercadotecnia estratégicas (Las 4Ps: Producto, Precio, Plaza y Promoción) resultando los siguientes cuestionamientos ¿Cuánto años lleva labrando jícara? ¿Cómo se prepara la jícara para poder labrar? ¿Con el paso de la pandemia, que tanto le afecto a su negocio? ¿A qué precio está dando la jícara labrada? ¿Cómo almacena sus productos y cuáles son los cuidados que le da? ¿Cómo es la promoción de su producto?¿Como se distribuyen sus productos?

También se realizó un Focus Grupo con los 3 artesanos que labran las jícaras, y se les pregunto sobre la mercadotecnia estratégica de la Jícara que resulto en el análisis FODA abordando los temas sobre la problemática que ellos presentan actualmente y con el fin de reforzar la investigación.

RESULTADOS

En este apartado se esquematizo la información de cada componente de las 4P's de mercadotecnia en las siguientes tablas y como primer punto podemos observar los comentarios recibidos.

Tabla1. Comentarios recibidos sobre los productos que se pueden realizar con jícaras labradas

MAESTRO EXALTACIÓN	SEÑORA BEATRIZ	MAESTRO DAVID
Porta lapiceros, Cernidores (que es tradicional para batir el pozol o para hacer la masa colada), Se puede hacer floreros que se usa para adornar las mesas, El árbol actualmente se usa en forma ornamental Se puede hacer en llavero.	Hace jícara labradas Cernidores	Cernidores Porta lapicero Llaveros Alcancías Servilleteros Floreros Lámparas de pie Lámparas colgantes Alhajeros

De acuerdo con los comentarios recibidos sobre el producto se aprecia, que existe diferentes formas de hacer la jícara labradas, en casi cualquier producto, según como el cliente lo pide, como mencionaron los que fueron entrevistados.

Para continuar se analizó el Precio y los comentarios se vieron en la siguiente tabla

Tabla 2. Comentarios recibidos sobre el precio de las jícaras

MAESTRO EXALTACIÓN	SEÑORA BEATRIZ	MAESTRO DAVID
EL PRECIO VARÍA SEGÚN POR EL DISEÑO QUE QUIERA EL CLIENTE.		
La sencilla (no labrada) de \$150 a \$180 MXN La elaborada de \$300 a \$500 MXN El cernidor (colador) \$200 MXN	La jícara labrada sencilla la doy en \$50 MXN	La sencilla la doy en \$60 MXN Las finas la doy en \$180 MXN Y las especiales en \$200 MXN

De acuerdo con los comentarios de los artesanos, el precio varía según la forma y el diseño, ya que la materia prima, algunos artesanos, no la tienen a la mano y deben conseguirlo en otra parte, de igual manera la complejidad del producto al momento de su elaboración lleva más tiempo en crearse, por lo

que su valor incrementa, los productos tienen un costo aproximado entre \$50.00 y 500.00 MXN.

A continuación, se observará los comentarios de cada uno de los artesanos que se entrevistaron acerca de la plaza en la Tabla

Tabla 3. Comentarios recibidos sobre la plaza

MAESTRO EXALTACIÓN	SEÑORA BEATRIZ	MAESTRO DAVID
No tiene un local actualmente, ahora solo se da a conocer su página de Facebook como La jicaritas de Castellanos o igual hay turistas que lo van buscando hasta el lugar donde vive.	Tiene un local en el Corredor turístico, por lo cual lo desplaza ahí donde llega los turistas a comprar sus productos, ya que en su casa tiene su taller de labrado de jícaras.	Actualmente él trabaja desde su taller, el vende sus productos por medio de recomendación, por eventos o por recomendación. Las jícaras labradas las desplaza a otros estados que su misma familia que trabaja en otro estado llevan algunas jícaras labradas a venderlas allá.

Con base a los resultados de la plaza, unos de los artesanos tienen una red social que es el Facebook, donde da a conocer sus productos, por ese medio recibe pedidos de jícaras labradas de otro lugar, para luego recogerlo en vacaciones o en envíos, algunas veces los pedidos son muy grandes, que no se da abasto para hacerlo, por el tiempo que se lleva por eso solo que acepta pedidos chicos. Los otros dos artesanos no tienen redes sociales, tienen sus puestos, uno en el corredor turístico, que traslada sus productos, la otra tenía su local en el corredor turístico pero debido a la falta de personal, rentó el lugar, y actualmente venden en su taller, sus hijos se llevan algunas jícaras labradas a venderlas en otros estados donde ellos trabajan y así aprovechan dar a conocer al artesano.

A continuación, se observan los comentarios de cada uno de los artesanos que se entrevistaron acerca de la promoción

Tabla 4. Comentarios recibidos sobre promoción

MAESTRO EXALTACIÓN	SEÑORA BEATRIZ	MAESTRO DAVID
En su página de Facebook sube fotos de las jícaras labradas, para que los turistas vean que sus productos.	Ven sus productos en el corredor turístico, solo desplaza sus productos que son las jícaras labradas para poder vender a los turistas que bajan para comprar artesanías.	Sus productos actualmente lo dan a conocer mediante recomendaciones ya que varios turistas de otros países vienen buscándolo específicamente a él, ya que hace por pedidos o cuando hay feria que adorne a los carros alegóricos o los vestidos de las embajadoras.

El primer artesano solo hace promoción en su Facebook con fotos de la jícara labrada, el segundo artesano vende sus productos con turistas que llegan para comprarle y el tercer artesano trabaja por recomendación llegando a clientes de otros países o cuando hay eventos como el de las embajadoras, para crear vestidos, carros alegóricos, entre otros.

Se pregunto a los artesanos sobre sus actividades adicionales omitiendo las tablas por cuestión de espacio, uno de ellos se dedica a la docencia, el otro esta jubilado del sector de salud, y la señora se dedica tiempo completo a labrar jícara. Respecto al orígenes artesanal, ellos heredaron el labrado de la jícara de sus padres y cuentan con una experiencia que va de 25 a 50 años plasmando su talento en las jícaras. Las principales problemáticas que perciben son la falta de difusión mencionando que no hay muchos apoyos de parte del Gobierno, competencia con revendedores que no labran y escases de artesanos por ser percibido como un trabajo poco remunerado. Se realizó un Focus grup (Grupo de enfoque), con el fin de obtener lo más importante de cada variable y las problemáticas de lo que pasa con las jícaras labradas en el municipio de Jalpa de Méndez.

Tabla 5. Problemas y propuestas para las jícaras labradas

ANALISIS DOFA JICARAS LABRADAS	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1. Se realiza eventos culturales</p> <p>O2. Crear cursos sobre el arte de labrado de jícara y enseñar</p> <p>O3. Hacer exhibición de los productos de cada artesano</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>A1. Los comerciantes que son revendedores, ya que compran las artesanías, las pintas y las revenden</p> <p>A2. Los vasos de plásticos, vidrios y de loza, son unas de las amenazas que llegaron para desafiar a las artesanías</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>F1. El producto se da en el municipio</p> <p>F2. Se vende más en los tiempos vacacionales</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>F2, F1, F3. Organizar eventos en el tiempo vacacional y realizar exhibiciones de cada artesano, como ejemplares.</p>	<p>ESTRATEGIA FA</p> <p>F2, A1, A2. Planear su estrategia, observar personas en tiempos de vacaciones, jícaras labradas pintadas como decoración junto con las diferentes formas que existen.</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>D1. Algunas personas no conocen el labrado de jícaras</p> <p>D2. Algunos jóvenes no están interesados en aprender</p> <p>D3. No tiene mucho auge en ventas</p> <p>D4. Hubo una unión de artesanos, pero no hubo ni acuerdo ni apoyos</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>D2, O2. Dar cursos de labrado a los jóvenes para llamar su atención, remarcando la historia.</p> <p>D1, O1. Realizar eventos para incrementar las ventas de jícaras, crear un concurso de artesanía de acuerdo a su dominio con apoyo de la FORNAT.</p> <p>D3, D4, O3. Buscar apoyos para artesanos para exhibir sus productos o crear espacios para venta.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>D1, A2. Fomentar la historia del labrado de jícara desde los tiempos antiguos hasta ahora y hacer énfasis de como se va extinguiendo esa maravillosa artesanía en el municipio</p> <p>D1, D2, D3, A2. Hacer demostración de cómo se labra, para que vean el arte, los turistas.</p>

CONCLUSIONES.

El avance tecnológico ha puesto en riesgo las artesanías que han existido desde los tiempos remotos y en otros casos el proceso se ha destituido por nuevos utensilios, que pierden presencia y actualmente son percibidos como objetos antiguos y poco utilizados debido a nuevos productos sustitutos.

En el caso de las jícaras labradas de Jalpa de Méndez, recipiente utilizado donde bebían nuestros antepasados el pozol, para refrescarse o lo usaban de cernidor para colar sus bebidas o comidas, pero se ha ido perdiendo poco a poco, no solo su uso sino la tradición artesanal de su producción.

Entre los principales problemas actuales en las jícaras labradas, es que hay pocos artesanos que hagan el oficio de labrador de jícara, ya que los antiguos artesanos ya no están y en su familia solo algunos siguen con

esa bonita tradición, pero en otros casos no perdiéndose para siempre la tradición y la ocupación.

Por otro lado hay pocos proyectos para los artesanos por parte del gobierno que no le pone el interés a seguir difundiendo el arte único que diferencia al municipio, en los últimos años no hacen difusión en las épocas de vacaciones, por lo cual las ventas de las jícaras van bajando, el turismo como otro de los problemas que se consideran es que los jóvenes no quieren aprender ya que ven ese arte poco interesante, con poco futuro económico y pocas demanda, por lo tanto esta actividad, que es el arte de la jícara es desconocido por gran parte de la población del Municipio. Tampoco se realizan eventos culturales y los artesanos son poco reconocidos.

Por lo anterior de lo expuesto por los propios artesanos la variedad de productos labrados va desde cernidores, lamparas, llaveros, servilleteros, portalapiceros, además de las tradicionales jícaras para beber, los precios de estos productos oscilan entre \$50.00MXN y \$500.00MXN. Los canales de distribución utilizados actualmente por artesanos son

por recomendaciones de otras personas que compraron con los artesanos, en menor medida usan Facebook pero con la limitante de no poder recibir productos grandes debido a la capacidad de producción, en la parte de promociones, hay poco conocimiento y a nivel estatal como apoyo promocional se dispone de un evento anual.

RECOMENDACIONES.

Con base al análisis DOFA y los resultados de las entrevistas y el grupo de enfoque se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Es importante que el gobierno municipal y estatal se comprometa con los artesanos para dar los apoyos necesarios -espacios como plazas, parques, corredores turísticos y económicos- que coadyuven a conservar y difundir la Jicara Labrada tanto a nivel local, estatal y turística. Sobre los apoyos económicos se observan deficiencias en la asignación de recursos económicos, y la mayoría de estos los utilizan los artesanos para la compra de insumos.
2. Vincularse con las Instituciones de Edu-

cación Superior (IES) con la finalidad de recibir asesoría técnica en materia de proyectos, programas, administración de empresas -es importante firmar convenios de colaboración con las IES-.

3. Implementar concursos, exposiciones y ferias en donde se expongan los trabajos y se de difusión a la Jicara Labrada a la población local y al turismo estatal y nacional.

4. Para llamar la atención de los jóvenes y personas que no conocen las artesanías, se propone realizar pláticas y talleres en las comunidades o espacios culturales sobre la historia de las jícaras, su uso como recipiente para tomar bebidas refrescantes y como producto decorativo.

REFERENCIAS

- Cámara de Diputados, C. (2012). Las artesanías en México. Situación actual y retos / Libros / Estudios e Investigaciones / CESOP / Centros de Estudio / Inicio - Cámara de Diputados. Gob.mx. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Estudios-e-Investigaciones/Libros/Las-artesanias-en-Mexico.-Situacion-actual-y-retos>
- Cristell Reyes (2023). La jícara labrada: antigua técnica artesanal que pocos han podido perfeccionar en Tabasco. Radio Fórmula. Recuperado 15 de abril de 2024, de <https://www.radioformula.com.mx/tabasco/2023/7/22/la-jicara-labrada-antigua-tecnica-artesanal-que-pocos-han-podido-perfeccionar-en-tabasco-772446.html>
- Dr. Ramon D. Rivas (2018). La artesanía: Patrimonio e Identidad cultural. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://biblioteca2.utec.edu.sv/koot/index.php/koot/article/view/120/120>
- Efrain Velasteguin Lopez (2019). Las artesanías y su real impacto en el turismo. Concienciadigital.org. Recuperado el +15 de abril de 2024, de <https://concienciadigital.org/revista-concienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/942/2264>
- Fernanda Dorantes y Lucila Neyra (2020). Artesanías. Biodiversidad Mexicana. Recuperado el 15 de abril del 2024, de www.biodiversidad.gob.mx/diversidad/artesanias
- FONART (2009). Diagnóstico de la capacidad de los artesanos en pobreza para generar ingresos sostenibles. Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/data/file/32043/Diagnostico_FONART_3_.pdf

- FONART (2020). Diagnostico situacional del sector artesanal en México durante el periodo de la pandemia por el COVID-19. Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/596992/Diagnostico_Pandemia_Fonart.pdf
- Portal Tabasco (2023). Jalpa de Mendez. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://tabasco.gob.mx/jalpa-de-mendez>
- Gobierno de Tabasco. (S.F.). Jalpa de mendez, Tabasco. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://tabasco.gob.mx/municipio-jalpa-de-mendez>
- Graciela Bensusan Areous, Nelson Flores Vaquiro (2020). Cambio Tecnológico, mercado de trabajo y Ocupaciones Emergentes en Mexico. Cepal.org. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/6c272f1a-c8df-4720-aecd-134a9c9c1172/content>
- Guía Turística México (2023). Jalpa de Méndez. Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://www.guiaturisticamexico.com/municipio.php?id_e=27&id_Municipio=01924
- INEGI (2020). Información de México para niños. Recuperado el 15 de abril de 2024, de www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tab/poblacion/
- INEGI (2022). Cuenta satélite de la cultura de México. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/CSCM/CSCM2022.pdf>
- INEGI (2023). Estadística del día internacional del artesano. Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_ART23.pdf
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2012). Marketing. Editorial Pearson Educacion.
- Observatorio Cultural CNCA (2008). Hacia una noción de artesanías para el consejo nacional de la cultura y el artes. Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2011/10/definiciones_artesia.pdf
- Placido Santana Hernández. (S.F.). Jícara. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://detabascosoy.com/jicara/>
- Relaciones Exteriores (2024). Datos sobre México. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://embamex.sre.gob.mx/nigeria/index.php/es/mexico-informacion>
- Roberto H. Sampieri, Carlos F. Collado, Pilar B. Lucio (2014). Editorial McGRAW-HILL Education.
- UNESCO (2009). Hablame de las artesanías. Recuperado el 15 de abril de 2024, de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000181443?C=S;O=A>
- UNESCO (2021). La industria Culturales y Creativas frente a la COVID-19, panorama del impacto económico. Recuperado el 15 de abril de 2024, de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863_spa
- UNESCO (2023). Guía metodológica para la elaboración participativa de una ley sobre el estatuto del artista. Recuperado el 15 de abril de 2024 de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388013>
- UNESCO World Heritage Centre (S.F). Convention concerning the Protection of the World Cultural and natural heritage. UNESCO World Heritage Centre. Recuperado el 15 de abril de 2024, de whc.unesco.org/en/conventiontext/
- Zetina, C., Juarez, S. Alvarado, L. (2021). Estrategias de marketing en tiempos de COVID-19 en empresas del sureste mexicano. Universidad veracruzana. Recuperado el 15 de abril del 2024, de Estrategias de marketing en tiempos de Covid-19 en Empresas del sureste mexicano | Interconectando Saberes (uv.mx)