

Del Senador Alberto Anaya Gutiérrez y de las Senadoras Geovanna del Carmen Bañuelos de la Torre, Lizeth Sánchez García, Yeidckol Polevnsky Gurwitz y Ana Karen Hernández Aceves, integrantes del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo de la LXVI Legislatura del H. Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 58 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, sometemos a consideración de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, la siguiente proposición con **punto de acuerdo por el que exhorta, respetuosamente, a la Secretaría de Cultura, a través del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, así como a sus homologas en las 32 entidades federativas, para que en coordinación con el Gobierno Federal refuercen las estrategias integrales de promoción, difusión y comercialización de productos elaborados por personas artesanas mexicanas, priorizando la capacitación, certificación de calidad, acceso a ferias nacionales e internacionales y el fortalecimiento de canales de venta física y digital, en materia de Promoción de los Productos Mexicanos Elaborados por Pequeños Productores y Personas Artesanas, al tenor de las siguientes:**

CONSIDERACIONES

La artesanía y la producción artesanal en México representan no sólo una tradición cultural, sino también un motor económico y social para millones de familias, en particular aquellas ubicadas en zonas rurales o en comunidades indígenas. Por lo que, en México, los productos elaborados por pequeños productores y artesanos representan un conjunto de bienes culturales y económicos fundamentales. Estos productos incluyen artesanías tradicionales, textiles, cerámica, y una variedad de alimentos manufacturados localmente, como café, miel, conservas y quesos artesanales.

De acuerdo con el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías¹, se definen como un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente se obtiene de la región donde habita la o el artesano.²

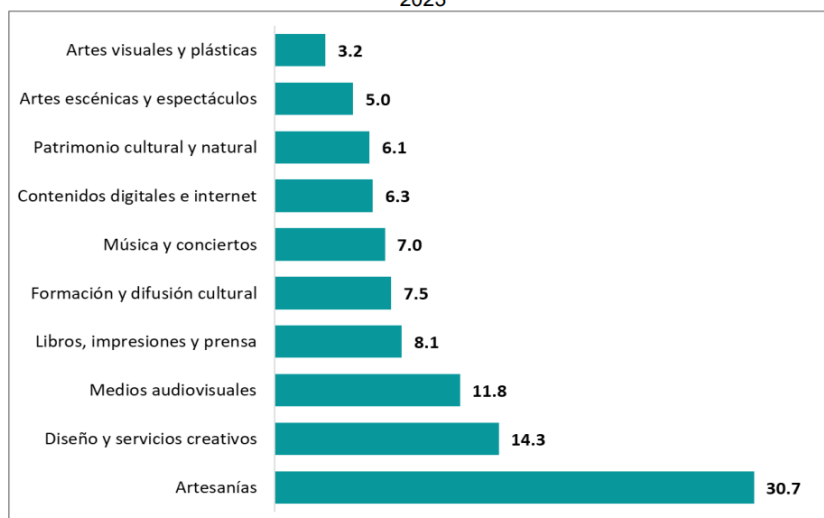
¹ En adelante FONART.

² Gobierno de México. “Manual de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad”. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/107963/Manual_diferenciacion_artesania_manualidad_2015.pdf (fecha de consulta: 08 de agosto de 2025).

Para la Cuenta Satélite de la Cultura de México del Instituto Nacional de Estadística y Geografía³ las áreas específicas en las que se subdivide este campo son: alfarería y cerámica, fibras vegetales y textiles, madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería, cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia, metalistería, joyería y orfebrería, lapidaria, cantería y vidrio, talabartería y marroquinería, así como alimentos y dulces típicos. En esta área se incluye también la elaboración de artesanías para el uso personal, además de la actividad de la gestión pública encaminada a preservar y promover la cultura popular, que a su vez se subdividen en 89 áreas específicas del sector de la cultura.

Al distinguirlas de acuerdo con su clasificación funcional, las áreas que generaron mayor aportación a los puestos de trabajo del sector de la cultura fueron las artesanías (30.7 %), el diseño y los servicios creativos (14.3 %), los medios audiovisuales (11.8 %) y los libros, impresiones y prensa (8.1 %).

**Distribución porcentual de puestos de trabajo en el sector de la cultura,
según clasificación funcional**
2023



Fuente: INEGI. Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM), 2023.

4

Según estimaciones del INEGI las artesanías aportan 19.1% del Producto Interno Bruto del sector de la cultura y su clasificación como lo son los contenidos digitales e internet como el acceso y la transmisión de contenidos digitales, con 18.1 %;

³ En adelante INEGI.

⁴ INEGI. "CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DE MÉXICO (CSCM), 2023". Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf> (fecha de consulta: 08 de agosto de 2025).

medios audiovisuales como televisión o cine con 17.6 %, y diseño y servicios creativos, con 13.6 %.⁵

Esta participación es significativa, considerando que se trata de un segmento que fomenta el empleo en zonas rurales y comunidades indígenas, contribuyendo a la preservación del patrimonio cultural y al bienestar local.

**Distribución porcentual del Producto Interno Bruto del sector de la cultura,
según clasificación funcional**



Fuente: INEGI. Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM), 2023.

6

El FONART ha sido una pieza clave en la promoción del sector artesanal. En 2025, extendió los apoyos a artesanos, con el fin de generar la comercialización justa, capacitación para las artesanas y artesanos, incrementar los puntos de venta físicos y digitales, asimismo, se apoyará en total a 23 mil 894 artesanos con una inversión de 500 mdp en créditos en beneficio de 17 mil artesanas de la zona amuzga; FONART comisionará de manera directa 15 mdp para otros productos en beneficio de 3 mil 733 artesanos, mientras que con Original se otorgará espacio a mil 250, entre ellos 273 colectivos.⁷

⁵ INEGI. "CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DE MÉXICO (CSCM), 2023". Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf> (fecha de consulta: 08 de agosto de 2025).

⁶ INEGI. "CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DE MÉXICO (CSCM), 2023". Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf> (fecha de consulta: 08 de agosto de 2025).

⁷ Gobierno de México. "Presidenta: A través del FONART y Original se apoyará a 140% más artesanas y artesanos mexicanos como parte del Plan México". Disponible en:

La relación entre pequeños productores agroalimentarios y el mercado formal también es crítica. Se estima que más del 40 % de los alimentos consumidos en territorio nacional provienen de parcelas menores a cinco hectáreas. Este sector, compuesto por personas que elaboran productos con valor agregado como quesos, conservas, café y miel, se enfrenta a retos estructurales como la dependencia de intermediarios, precios bajos en origen y mercados poco accesibles.⁸

Las estrategias de promoción han evolucionado para enfrentar estos desafíos. Por un lado, el etiquetado con distintivos como “Hecho en México” y certificaciones de origen han brindado legitimidad y han abierto puertas a mercados de exportación y canales minoristas. Por otro lado, iniciativas como ferias artesanales, mercados itinerantes, y encuentros de comercio justo ofrecen espacios directos de venta, fortalecen redes y permiten un contacto cercano con consumidores sensibles a la autenticidad cultural y la responsabilidad social.

En mayo del 2025, avanza el programa “Hecho en México / Made in Mexico”, impulsado por la Secretaría de Economía dentro del Plan México de la presidenta Claudia Sheinbaum, busca fortalecer el mercado interno, aumentar el contenido nacional, impulsar la soberanía productiva e integrar empresas de todos los tamaños a las cadenas globales de valor. El distintivo reconoce productos elaborados o ensamblados en el país que cumplen con altos estándares de calidad, priorizan insumos nacionales y cumplen con alguno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Al último corte, 623 empresas han obtenido la autorización para usar el sello, con un total de 1,983 productos registrados en sectores como automotriz, aeronáutico, electrotécnico, línea blanca, alimentos, bebidas, textil, cosméticos, ropa e industria del papel. El secretario Marcelo Ebrard subraya que el sello debe colocarse únicamente en productos que representen la calidad y la identidad mexicana, protegiendo así el nombre del país.

El trámite es gratuito y está abierto a personas físicas y morales, quienes pueden solicitarlo vía correo electrónico institucional. El programa se complementa con estrategias de reindustrialización inteligente y dinamización del mercado interno,

<https://www.gob.mx/presidencia/prensa/presidenta-a-traves-del-fonart-y-original-se-apoyara-a-140-mas-artesanas-y-artesanos-mexicanos-como-parte-del-plan-mexico> (fecha de consulta: 09 de agosto de 2025).

⁸ Gobierno de México. “Pequeños productores, sostén de nuestra agricultura”. Disponible en: <https://www.gob.mx/senasica/articulos/pequenos-productores-sosten-de-nuestra-agricultura#:~:text=Los%20peque%C3%B1os%20productores%20agr%C3%ADcolas%20en,especialmente%20los%20de%20peque%C3%B1a%20escala>. (fecha de consulta: 09 de agosto de 2025).

reafirmando el compromiso del Gobierno de México con un desarrollo económico competitivo, sostenible e inclusivo, y con la proyección internacional del talento y la capacidad productiva nacional.⁹

No obstante, persisten limitaciones que deben ser atendidas. La dispersión geográfica de los productores y artesanos implica altos costos logísticos y dificulta su integración en programas de apoyo. Además, la falta de información clara y procesos burocráticos extensos impiden que muchos puedan acceder a financiamiento, capacitación o herramientas de comercialización. Asimismo, la competencia con productos industriales importados, producidos en masa y a bajo costo, representa una amenaza constante para la supervivencia de productos auténticos y sostenibles.

También se debe agregar que los artesanos enfrentan múltiples retos y dificultades en los canales de comercialización, en los precios bajos de sus elaboraciones que no compensan ni retribuyen el esfuerzo ni el tiempo invertido para la realización del objeto, además el oficio artesanal no goza del reconocimiento y prestigio social con respecto de otras ocupaciones y trabajos realizados en forma contractual y con formación profesional.¹⁰

En el Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo, estamos convencidos de que, para avanzar en la promoción efectiva de estos productos, se requieren políticas más descentralizadas que permitan agilidad y flexibilidad. El fortalecimiento y difusión efectiva de los registros nacionales de productores y artesanos facilitaría la focalización de apoyos.

La reducción de trámites y una comunicación directa y clara pueden mejorar la participación. Es indispensable apostar por la profesionalización, integrando formación en gestión empresarial, empaques, comercialización digital y exportación. Igualmente, promover el comercio justo y la economía solidaria, mediante alianzas con empresas, cooperativas e incentivos fiscales, podría equilibrar las cadenas de valor.

⁹ Gobierno de México. “Avanza el programa “Hecho en México”. Disponible en: <https://www.gob.mx/se/articulos/avanza-el-programa-hecho-en-mexico> (fecha de consulta: 09 de agosto de 2025).

¹⁰ Jóvenes de Ciencia. “DIFICULTADES EN TORNO A LA PRODUCCIÓN ARTESANAL”. Disponible en: <file:///C:/Users/jose.ramirezcd/Downloads/helguera,+1959-6506-1-CE.pdf> (fecha de consulta: 11 de agosto de 2025).

Finalmente, la vinculación entre turismo cultural y productos artesanales o agroalimentarios debe reforzarse. La inclusión de estos bienes en rutas turísticas, ferias locales, museos interactivos y espacios en “Pueblos Mágicos” amplía su visibilidad y añade valor cultural, generando ingresos sostenibles para las comunidades.

En conclusión, la promoción de productos elaborados por pequeños productores y artesanos en México es un esfuerzo que requiere la convergencia de políticas públicas, iniciativas privadas y la participación comunitaria. Los datos duros muestran que el sector posee un dinamismo económico real y una profunda carga cultural.

Las estrategias actuales y emergentes abren ventanas de oportunidad, pero solo una integración efectiva y flexible, que reduzca barreras y promueva esquemas de comercialización justa, permitirá consolidar el desarrollo de estos agentes como actores relevantes del desarrollo nacional.

PUNTO DE ACUERDO

Primero. – La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, a la Secretaría de Cultura, a través del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, así como a sus homologas en las 32 entidades federativas, para que en coordinación con el Gobierno Federal refuercen las estrategias integrales de promoción, difusión y comercialización de productos elaborados por personas artesanas mexicanas, priorizando la capacitación, certificación de calidad, acceso a ferias nacionales e internacionales y el fortalecimiento de canales de venta física y digital.

Segundo. – La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, a la Secretaría de Economía, así como a sus homologas en las 32 entidades federativas, para que en coordinación con el Gobierno Federal se fortalezca el programa “*Hecho en México*”, facilitando el registro y certificación de productos elaborados por pequeños productores y personas artesanas, incentivando su integración en cadenas globales de valor y promoviendo su participación en mercados internacionales, sin descuidar el fortalecimiento del consumo interno.

Tercero. – La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta, respetuosamente, a la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, así como a sus homologas en las 32 entidades federativas, para que impulse programas de apoyo técnico, financiamiento y comercialización para pequeños productores agroalimentarios, fomentando la producción con valor agregado, el uso de insumos nacionales, y la creación de vínculos con la industria artesanal y de transformación local.

Sen. Alberto Anaya Gutiérrez

Sen. Geovanna Bañuelos de la Torre

Sen. Lizeth Sánchez García

Sen. Ana Karen Hernández Aceves

Sen. Yeidckol Polevnsky Gurwitz