

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE
CHIAPAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES**

**INVESTIGACIONES
INDEPENDIENTES**

2007

**RELACIONES COMERCIALES EN
LA VENTA DE ARTESANIAS POR
LOS INDIGENAS EN SAN
CRISTOBAL DE LAS CASAS,
CHIAPAS. MÉXICO**



JUAN CARLOS LOPEZ LOPEZ
NK6 CORP
26/11/2007

Contenido

Introducción.....	3
1. Temporadas de venta.....	4
2. Comercio entre indígenas y consumidores.....	5
3. Comercio entre gipis y consumidores.....	7
4. Comercio entre diferentes vendedores y consumidores.....	9
Conclusiones.....	10
Bibliografía.....	13

INTRODUCCIÓN

Este trabajo trata sobre las diversas artesanías que se venden en la plaza de Santo Domingo de esta ciudad que provienen de diferentes regiones del estado de Chiapas.

Este tema tiene la finalidad de dar a conocer como todos los vendedores y los consumidores se relacionan a través de la práctica del comercio. En este trabajo abordare las causas y consecuencias de las relaciones comerciales de vendedores y consumidores.

En esta interacción de presentan dos circunstancias relevantes, la comunicación o lenguaje y los medios y técnicas de venta empleado por los vendedores, aunque estas situaciones difieren entre cada vendedor y consumidor. Estas dos circunstancias van a definir las acciones de vendedores y consumidores.

Para poder conocer esta realidad, comentare específicamente cada relación con sus protagonistas, que nos permita comprender porque y para que vender y comprar artesanías.

La motivación principal a realizar esta investigación es explicar cómo los vendedores reaccionan a ciertos sucesos dados en la venta. Las actuaciones de los vendedores son originados por necesidades e intereses particulares, como vender lo más posible de sus productos.

Para complementar esta investigación se ha dedicado diez semanas aproximadamente de trabajo, de observación directa e indirecta en el lugar donde se desarrolla este hecho y reforzando este ensayo con información bibliográfica.

A lo largo de este proceso se ha cuidado siempre la realidad, por lo que espero disfrute de este escrito como lo he disfrutado en su elaboración.

1. TEMPORADAS DE VENTA

En la plaza de Santo Domingo ubicada a unas cuantas cuabras del centro histórico de la ciudad, se juntan vendedores en su mayoría indígenas de origen tseltal, y tzotzil que vienen de varias comunidades de la región Altos del Estado de Chiapas. Santo Domingo representa una importante plaza de artesanías no solo para la ciudad sino para todo el estado de Chiapas.

En este lugar llegan a vender artesanías elaboradas completamente a mano, desde tallados en madera, juguetes tradicionales y bordados de ropa, bufandas y blusas.

También venden personas reconocidos como “gipis” que principalmente vienen de centro y Sur América. Ellos venden joyería elaborada con piedras preciosas como ámbar, cuarzos, jade, esmeralda y amatista, como anillos, pulseras, aretes y collares de plata.

La ciudad de San Cristóbal de las Casas, es un lugar cien por ciento turística. Tiene sus diferentes temporadas altas y bajas en la afluencia del turismo. Esta ciudad es visitada mayormente en vacaciones de semana santa, en el verano y en la época de navidad.

Los turistas que visitan la ciudad son de diversos lugares; los visitantes nacionales y el turismo extranjero, principalmente europeos como italianos, franceses, alemanes e ingleses vienen en vacaciones.

En las temporadas altas cuando los visitantes se incrementan, museos, corredores y mercados artesanales están al 100% activo. En esta época, las artesanías de bordados y textiles son las más vendidas, ya que es apreciado por el turismo extranjero y la joyería de plata y ámbar que venden los gipis. .

Cuando la afluencia del turismo es baja lo que más se vende son artesanías pequeñas, como tallados, llaveros, juguetes y anillos o collares de ámbar y otras piedras preciosas, que compran en su mayoría los habitantes de la ciudad.

2. COMERCIO ENTRE INDÍGENAS Y CONSUMIDORES.

Como se ha explicado anteriormente San Cristóbal de las Casas, es una ciudad donde varios grupos étnicos concurren sobre todo para dedicarse al comercio de artesanías. Esta situación se encuentra en la plaza del templo de Santo Domingo donde diariamente se instala el mercado artesanal. La mayor parte de las artesanías que se ofrecen en este mercado son elaboradas por los propios indígenas. También encontramos artículos que vienen de otros estados y otros países como Guatemala (Domínguez, 2004, p. 53). Los indígenas han heredado de sus padres la producción de artesanías relacionadas con sus costumbres y tradiciones.

Las artesanías que vienen de otros lugares son ofrecidas en el mercado para complementar la línea de artículos a la venta, principalmente por el precio.

Los indígenas que emigran de sus comunidades a la ciudad vienen hablando el idioma maternal, ahora ya se han quedado a vivir aquí. También hablan el español como segundo idioma debido a la necesidad de interactuar y adaptarse a la vida en la ciudad.

En los puestos encontramos en su mayoría, a más de dos personas atendiendo; por lo regular son mujeres con sus hijos, por lo menos uno de ellos habla español para poder comunicarse con los compradores.

El vendedor indígena cuando se presenta el momento de comerciar con sus visitantes nacionales se comunican usando el español para describir y mencionar los precios de los productos. Los vendedores muestran todos sus productos para poder vender alguno, ya que varios vendedores indígenas viven principalmente del comercio de artesanías, y esta es su principal fuente de ingresos. Por lo que tratan de ser convincentes en sus comentarios para que los visitantes nacionales puedan comprar lo más posible de artesanías.

Cuando los visitantes nacionales llegan a comprar a este mercado artesanal, preguntan el precio de algún producto; si los compradores quieren un precio más

bajo los vendedores indígenas responden con la pregunta: ¿Cuánto me das?, es decir, cuanto el visitante quiere pagar por la artesanía. Así un bordado que su precio original es de \$ 130 pesos, se lo pueden comprar hasta por \$ 70 pesos; esto se debe a que el vendedor indígena le interesa vender su producto al mejor precio posible.

Los visitantes extranjeros vienen a este mercado principalmente atraídos por las artesanías de los indígenas como cintas, chamarras, camisas, manteles, tapetes, tallados de madera y bolsas de papel, ya que los turistas extranjeros buscan lo que ellos consideran la artesanía exótica del estado de Chiapas.

La situación del comercio con los turistas extranjeros es diferente, sobre todo en la comunicación ya que hablan otro idioma distinto al español y más aun al tseltal y tzotzil. Cuando el turista extranjero se acerca a un puesto a preguntar el precio de un producto el vendedor indígena no le puede responder explícitamente, por lo que emplean otros medios para comunicarse.

Por ejemplo, el medio más utilizado es hacer uso de tinta y papel en la cual el vendedor escribe el precio y lo muestra al cliente. El turista si quiere otro precio también escribe el precio y lo muestra al vendedor. Otro método es hacer uso de una calculadora donde de igual forma el vendedor indígena muestra el precio, y el consumidor escribe también el precio deseado; así hasta que el comprador decide comprar o no comprar. Algunos vendedores indígenas por el deseo de vender artesanías a los visitantes extranjeros; ya que son los turistas los clientes potenciales, los vendedores han aprendido algunas palabras y frases del lenguaje ingles. Es así cuando ven llegar al turismo del idioma ingles, los vendedores ofrecen a los visitantes el precio en ingles y los invitan a comprar. El conocimiento de el ingles por parte de los vendedores es limitado, así que no llega a un dialogo formal.

Los vendedores indígenas le dan prioridad a la relación comercial que tienen con el turismo extranjero porque son los visitantes de otros países quienes más

consumen y gastan en la compra de artesanías, y para que los vendedores puedan beneficiarse de las ganancias más posibles.

3. COMERCIO ENTRE GIPIS Y CONSUMIDORES.

Los gipis son originarios de varios países en su mayoría centro y sur América, por mencionar algunos como Argentina, Chile, Guatemala, Colombia y del norte de México, (Velasco, 2003, p. 217).

La comunidad reconocida como gipi que existe en esta ciudad y su presencia en la plaza de Santo Domingo es relevante ya que estos ofrecen joyerías de plata provenientes de Taxco, Guerrero, y también ofrecen piedras preciosas como ámbar, amatista, cuarzos, jade, etc., que vienen de algunas regiones de Chiapas, Tabasco, Oaxaca y Veracruz. Los mismos vendedores gipis van a proveerse de sus mercancías para que puedan conseguir precios más baratos.

La mayoría de los comerciantes gipis son hombres, en ocasiones acompañados por sus esposas o sus hijos, porque son los hombres quienes mantienen a su familia.

La gran mayoría de los vendedores gipis tienen un conocimiento amplio del lenguaje inglés, esto se debe a que los “gipis” son personas que generalmente están en movimiento de un lugar a otro y siempre tienen un gusto por aprender un poco de la cultura de otros pueblos.

Para los vendedores gipis es una ventaja saber inglés porque se les facilita la comunicación con los turistas extranjeros. Se facilita el trato con la mayoría de los turistas internacionales ya que no importa si son franceses o italianos, porque a pesar de ser procedentes de otros países donde se habla un idioma diferente al inglés tienen un conocimiento básico del lenguaje anglosajón.

El beneficio más importante para los comerciantes gipis es que al lograr un mayor trato con los visitantes internacionales pueden los vendedores convencer mejor al consumidor para que compre los productos que se ofrecen.

Desde que el vendedor identifica a los turistas, los comerciantes gipis los reciben con un saludo en inglés y después invitan a los visitantes extranjeros a que observen y tomen los productos que gusten. De la misma manera sucede al momento de informar los precios sobre la joyería; incluso si los vendedores gipis tienen oportunidad pueden realizar otras preguntas al visitante extranjero para iniciar una conversación formal. Y esto porque no dejan pasar la ocasión para convivir aunque sea un momento con los visitantes de otros países.

El comercio se queda entre vendedor gipi con los visitantes nacionales y los clientes locales no cambian mucho con respecto al comercio con los visitantes extranjeros. La diferencia es el uso del idioma español para la comunicación en el trato comercial, es necesario hacer la distinción en el acento que utilizan tanto vendedor gipi, visitante nacional y cliente local.

Los comerciantes gipis reciben a los visitantes nacionales y clientes locales, con un saludo amigable para tratar de que permanezcan más tiempo en sus puestos. Algunos vendedores ofertan diciendo precios y señalando el artículo del cual están hablando, así los comerciantes se dan cuenta de que los consumidores se interesan o no en sus productos.

Una de las estrategias de venta utilizados por los vendedores gipis dar a conocer las propiedades mágicas o curativas que supuestamente tienen las piedras preciosas (Cedillo, 1995, p. 153); y de esta manera venden la mayor parte de sus productos.

Los habitantes de la ciudad de San Cristóbal llegan a comprar rara vez con los comerciantes gipis. Sin embargo cada vez que llegan a visitar el mercado se compran algún producto. Generalmente los clientes locales buscan joyería de lujo,

principalmente por la moda, dejan a un lado las propiedades de cierta piedra preciosa.

4. COMERCIO DE DIFERENTES VENDEDORES.

En el mercado artesanal de Santo Domingo se encuentran también vendedores que no pertenecen a la comunidad indígena y a la comunidad gipi.

Estos comerciantes son originarios de municipios cercanos a San Cristóbal, en cantidad los comerciantes son pocos, cuantificables y ofrecen productos como hamacas, adornos y joyería pero también ofrecen artículos que no están relacionados a las artesanías tradicionales de Chiapas. Los comerciantes “mestizos” si así se les puede llamar, tienen como único ingreso económico el comercio informal al que se dedican, ya que la mayoría de ellos son ambulantes.

Los comerciantes mestizos tienen como único idioma el español por lo que no pueden comunicarse fluidamente con los visitantes extranjeros. Por lo que sus clientes son siempre los habitantes de la ciudad.

La estrategia que utilizan los vendedores mestizos es vocear sus artículos y precios al momento que los visitantes pasan por sus puestos. Ya que no siempre tienen clientes tratan con la anterior estrategia llamar la atención y captar consumidores.

CONCLUSIÓN

Este breve ensayo es dedicado principalmente a las comunidades indígenas de Chiapas que llenan de alegría el mercado artesanal de la plaza de Santo Domingo.

El exponer como se da el desarrollo comercial entre los vendedores y los consumidores es para que no se olviden estas comunidades indígena y gipi en la práctica del comercio.

También es involucrar algunos factores como la necesidad de vender ya que la mayoría de los comerciantes de este mercado artesanal viven principalmente del comercio de las artesanías. El comercio les da los ingresos para poder utilizarlos en alimentos, vivienda y gastos elementales como salud y educación de los hijos de los comerciantes.

En el caso de la comunidad indígena han emigrado a la ciudad de San Cristóbal de las Casas porque fueron expulsados de sus comunidades a causa de creencias religiosas por sus gobiernos tradicionales. Estos indígenas llegan a la ciudad y se enfrentan a un problema que es que no hablan español y la misma necesidad de poder adaptarse a la vida de la ciudad es aprender el español. Principalmente los indígenas que se dedican al comercio se ven obligados a comunicarse con los habitantes de la ciudad y los visitantes que viven en las épocas vacacionales.

Para llevar a cabo la práctica del comercio de artesanías también necesitan emplear su ingenio para poder vender a los consumidores.

Por parte de los gipis, han optado por dedicarse al comercio y elaboración de joyería y piedras preciosas como un medio de subsistencia. Y también los comerciantes gipis le dan al comercio una forma de vida, así viven y así se encuentran bien.

Tanto comerciantes indígenas y gipis tienen que interactuar y convivir con los consumidores para poder alcanzar su primordial objetivo: vender. Para que esto les beneficie económicamente y mejore un poco su condición de vida.

Actualmente el dedicarse al comercio es una gran ayuda y modo de empleo para desarrollarse, tanto individualmente como colectivamente.

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ Bonaccorssi, Nelida. (1990) *El trabajo obligatorio indígena en Chiapas, Altos y Soconusco*. México, DF. (CIHMECH) UNAM

- ✚ Cedillo, Rocío. (1995) *Chiapas monografía estatal*. México, DF. SEP

- ✚ Díaz Paulin, Raúl. (2003) *Tesis: Comercialización de artesanías*. México DF. Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración.

- ✚ Marín de Paalen, Isabel. (2002) *Etno-artesanía y arte popular*. Arte Mexicano. Veracruz, México. Ed. Hermes.

- ✚ Moscoso Pastrana, Prudencio. (1992) *Rebeliones indígenas en los Altos de Chiapas*. México DF. (CIHMECH) UNAM

- ✚ Velasco Palacios, Antonio. (2003) *Geohistoria de Chiapas*. Tuxtla Gutiérrez, México. Ed. Velasco.

- Artículos consultados en Internet:
- ✚ *Artesanías* Gobierno del estado de Guerrero www.guerrero.gob.mx

- ✚ *Artesanías* Colegio del Sur www.colegiomexsur.edu.mx

- ✚ *Chiapas riqueza cultural para llevar* (NOTIMEX) Abastecimientos Turísticos A.C. www.abastur.com

- ✚ *Interculturalidad* Wikipedia la enciclopedia libre. www.wikipedia.org

- ✚ *Migración indígena* www.cdi.gob.mx

FORMA CORRECTA DE CITAR ESTE ARTÍCULO:

López López, Juan Carlos (2007) *Relaciones comerciales en la venta de artesanías por los indígenas en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas*. UNACH San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. México: UNACH PDF.

TODOS LOS COMENTARIOS Y SUGERENCIAS, POR FAVOR MANDARLOS DIRECTAMENTE AL AUTOR VIA E-MAIL:

nk6_madrid@hotmail.com

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS © NK6 CORP.