

## Productos artesanales como motor del turismo rural

Susana Cruz Reyes y Sofía Alejandra Luna Rodríguez <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** El turismo rural se ha consolidado como una alternativa sostenible y culturalmente significativa para el desarrollo de comunidades con riqueza histórica y patrimonial. En este contexto, los productos artesanales se posicionan como un motor clave que conecta a los visitantes con la identidad local, ofreciendo experiencias auténticas que fortalecen la economía de las comunidades rurales. Este estudio se pregunta: ¿cómo puede la innovación en el diseño y la comercialización de productos artesanales fortalecer la identidad cultural y convertirse en un motor para el turismo rural? Para responder a esta interrogante se toma como caso de estudio al municipio de Mina, Nuevo León, región caracterizada por su patrimonio cultural, arqueológico y natural, pero que enfrenta el desafío de diversificar su oferta turística. El objeto de estudio son los productos artesanales concebidos como herramientas estratégicas para potenciar la experiencia del turista y preservar la herencia cultural. Se sostiene que la integración cuidadosa del diseño contemporáneo con la tradición artesanal, junto con estrategias de marketing adaptadas, permite que estos productos funcionen como recuerdos tangibles y narrativas culturales que impulsan el desarrollo social y económico local. La investigación combina un análisis del contexto socioeconómico y cultural de Mina con la revisión de tendencias en turismo rural, las preferencias de los visitantes y procesos de co-creación con artesanos, proponiendo una línea de productos que fusiona innovación con técnicas y materiales tradicionales —como barro rojo, ixtle y cuero— para generar piezas sostenibles, transportables y representativas de la región. Los resultados apuntan a consolidar un modelo replicable que posicione estos productos como un eje central en la competitividad de destinos rurales, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 y orientado a reforzar la identidad local.

**Palabras clave:** diseño - producto artesanal - sostenibilidad - turismo rural - identidad local

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 117-118]

---

<sup>(1)</sup> Ver CVs en pág. 118

## Introducción

El turismo rural se ha consolidado como una de las estrategias más prometedoras para el desarrollo sostenible de comunidades rurales, especialmente en aquellas que cuentan con un valioso patrimonio histórico, cultural y natural. Este tipo de turismo no solo genera beneficios económicos, sino que también contribuye a la conservación del patrimonio cultural y natural, fomentando un desarrollo integral que abarca aspectos sociales y ambientales. En Mina, Nuevo León (tomado como caso de estudio), la diversidad cultural, los paisajes naturales y las tradiciones locales destacan su alto potencial turístico. Sin embargo, el turismo en Mina enfrenta desafíos vinculados a la limitada oferta de productos turísticos que reflejen su identidad local y a la falta de estrategias integrales que combinen diseño, marketing e innovación para activar este potencial.

En este contexto, los productos artesanales emergen como motor clave del turismo rural, potenciando la experiencia del visitante mediante souvenirs que reflejan la esencia cultural del lugar, al tiempo fortalecen el sentido de pertenencia y orgullo dentro de la comunidad. La propuesta de diseño busca fusionar la tradición y la modernidad en los procesos productivos, permitiendo a los artesanos locales innovar sin perder sus raíces y adaptarse a las demandas del mercado actual sin comprometer su esencia cultural. El modelo aplicado en Mina muestra viabilidad para replicarse en otras zonas rurales de México y más allá, en donde patrimonios similares puedan activarse mediante productos artesanales diferenciados.

El proyecto se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, incorporando prácticas responsables en la producción artesanal para preservar los recursos naturales y asegurar el bienestar intergeneracional. Las estrategias de marketing enfatizan productos atractivos para turistas, coherentes con principios de sostenibilidad y respeto ambiental, facilitando su adopción en contextos rurales diversos.

## Marco Teórico y Contextual: Turismo Rural

El turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con actividades de naturaleza, agricultura, formas de vida y culturas (OMT, s. f.). Este tipo de turismo no solo busca ofrecer experiencias a los visitantes, sino que también se integra en las estrategias de desarrollo local, generando ingresos para la comunidad, fortaleciendo su patrimonio.

En esta instancia el turista no solo es un simple observador, sino que se convierte en un miembro activo que busca involucrarse en la región de tal manera que no solo valore las creencias religiosas sino también aprecie los elementos culturales y tradicionales que enriquecen la identidad local, fomentando un intercambio significativo entre el visitante y la comunidad, promoviendo un turismo consciente y responsable.

La Organización Mundial de Turismo (s.f.) explica que las actividades relacionadas al turismo rural se desarrollan en entornos no urbanos, los cuales tienen una baja densidad

demográfica, paisajes y ordenación territorial donde predomina la agricultura y silvicultura y estructuras sociales y formas de vida tradicionales (OMT, s. f.).

A partir de esta definición, Ortiz y Villarreal (2021) identifican varias características clave del turismo rural que lo distinguen de otras formas de turismo:

- Promueve el conocimiento de expresiones culturales y cosmovisiones locales.
- Fomentan la interacción con las dinámicas sociales y formas de producción de las comunidades rurales.
- Contribuye al fortalecimiento del patrimonio biocultural, defensa del territorio y genera ingresos para las familias.
- De acuerdo con el contexto esta actividad se puede adaptar a cada región.
- Involucra a investigadores, funcionarios, estudiantes y prestadores de servicios turísticos para un enfoque de investigación-acción participativa.
- Las festividades locales son vistas como elementos que estimulan el turismo y revalorizan el patrimonio cultural.

Hablando de México, el turismo rural ha crecido de una manera gradual y significativa este tipo de turismo dentro de las últimas décadas, esto de acuerdo con un censo del INEGI (2024), así mismo este fenómeno que es el turismo rural representa aproximadamente el 5% del turismo nacional, con un crecimiento anual del 10% en las últimas décadas.

A su vez contribuye a diversificar la oferta turística del país, complementando destinos tradicionales de sol y playa con actividades como el ecoturismo, la gastronomía regional, y la participación en tradiciones y festividades locales. Sectur (2024) indica que lo anteriormente mencionado ha favorecido en la creación de empleos directos en el sector turístico rural, sumando más de 4.8 millones de empleos turísticos en México, representando un importante motor para el desarrollo regional y la conservación del patrimonio cultural y natural (Sectur, 2024).

Consolidándose como una alternativa clave para el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades menos favorecidas, al mismo tiempo que promueve un modelo de turismo más responsable y consciente. Su crecimiento sostenido refleja no solo el interés de los viajeros por experiencias auténticas y cercanas a la naturaleza, sino también el esfuerzo institucional por impulsar políticas que valoren y preserven el patrimonio local. Esta tendencia no solo diversifica la oferta turística nacional, sino que abre nuevas oportunidades para la innovación y la participación comunitaria en un entorno cada vez más orientado a la sostenibilidad.

## Productos Artesanales

De acuerdo con la UNESCO (2003), los productos artesanales vienen de aquellos utensilios, objetos o artículos elaborados a mano utilizando técnicas tradicionales, estos productos no solo representan una conexión con la cultura sino también con las raíces del territorio en que fueron creados. Estos productos al ser creados manualmente reciben un valor agregado ya que cada pieza representa un ejemplar único e inigualable.

La producción artesanal se basa en el uso de materias primas sostenibles haciendo automáticamente estos productos en una opción más responsable, su valor cae no solo en la calidad y pasión del producto si no también en las historias y tradiciones que están detrás de cada aspecto de su manufactura (Curtidos Menacho, 2021).

Así mismo hoy en día se conoce que Mina posee variedad de productos artesanales sin embargo la falta de documentación de esto nos deja con lo poco que se conoce que son productos de barro, palmito tejido, madera tallada y mezcal, esto podría variar por lo mencionado con anterioridad.

Los productos artesanales no solo tienen un valor utilitario o decorativo, sino que poseen un profundo valor cultural y simbólico. Son expresión material de las tradiciones, creencias, historia y cosmovisión de las comunidades que los producen. Además, constituyen un patrimonio cultural intangible reconocido por la UNESCO, ya que preservan técnicas ancestrales y significados sociales y religiosos.

Estos objetos actúan como vehículos de identidad cultural y memoria colectiva, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la transmisión intergeneracional de saberes. En el contexto turístico, las artesanías también funcionan como souvenirs que permiten a los visitantes llevar consigo un testimonio tangible de su experiencia y conexión emocional con el lugar visitado.

## Souvenirs

El objetivo de un souvenir se considera como la asociación de una vivencia con el objeto de esta manera se consigue general una relación emocional mediante los recuerdos disfrutados en estos sitios rurales un ejemplo claro sería un viaje a algún país con un monumento de suma importancia, el usuario termina comprando este monumento en forma de llavero llevando consigo este grato recuerdo; estos de igual forma sirven como regalos, para compartir un poco de la experiencia y recuerdos desarrollados en el destino.

La compra de estos objetos contribuye al desarrollo de pequeñas empresas y artesanos locales, quienes aprovechan la oportunidad para ofrecer productos auténticos y representativos de su cultura y tradiciones. De esta manera, los souvenirs se convierten en un puente entre el visitante y el lugar, fomentando un turismo sostenible que valora y preserva la identidad del destino, al mismo tiempo que genera ingresos y promueve la conservación del patrimonio cultural y natural.

Gracias a que el impacto de estos souvenirs es de gran importancia popular, su venta presenta una fuente de ingresos de suma representación económica para las ciudades turísticas, en este aspecto es esencial limitar lo que es un objeto industrial y un objeto artesanal, por un lado, los souvenirs hechos a mano tienen un cierto grado de autenticidad ya que los artesanos no se limitan en repetir un proceso de creación automatizada si no que en cada pieza plasman su pasión (Pérez & Gardey, 2022).

## Marketing para el Turismo Rural

El mundo de hoy en día se conoce como un mundo hiperconectado en donde los turistas buscan atractivos turísticos desde la palma de su mano en sus respectivos celulares, mayormente influenciado por redes sociales es por eso por lo que el marketing del turismo es esencial para existir en el área de oportunidad que son los espacios digitales. El marketing permite que tu lugar turístico pueda convertirse en un lugar en tendencia o moda consiguiendo así el foco de turistas y por ende los beneficios que conlleva esta atención (Chávez, 2024).

El uso de plataformas digitales es una herramienta clave para la difusión y comercialización de productos artesanales, especialmente en contextos rurales donde el acceso físico puede ser limitado. Además se puede complementar con tiendas en línea o presencia en mercados artesanales, o bien en puntos específicos de la región como los museos, de esta manera se extiende el alcance de los productos más allá del visitante ocasional, permitiendo ventas durante todo el año y atrayendo a consumidores interesados en el comercio justo y a la sostenibilidad.

Por lo que el desarrollo de un branding territorial sólido, en conjunto con una identidad clara para los productos artesanales, fortalece el posicionamiento del destino y su reconocimiento a nivel regional y nacional. Las estrategias de comercialización deben ser inclusivas, accesibles y sostenibles, considerando tanto el canal físico como el digital, y adaptándose a las dinámicas del mercado actual.

## Estudio de Caso – Mina, Nuevo León

Mina es un municipio ubicado al noroeste del estado de Nuevo León, México, aproximadamente a 60 kilómetros del centro de Monterrey (*Figura 1*); es uno de los más grandes y menos poblados. Su posición geográfica le otorga características climáticas y ecológicas particulares, el clima predominante es seco y con temperaturas que suelen ser elevadas durante gran parte del año, especialmente en verano.

## Historia y Cultura

La localidad de Mina fue fundada en el año 1608 por el Capitán Bernabé de las Casas, quien junto con otros colonizadores procedentes de España y las Islas Canarias, estableció el asentamiento de San Francisco de Cañas. El nombre “San Francisco” se debe a San Francisco de Asís, el patrón del antiguo pueblo, y “de las Cañas” por la abundante producción de caña de azúcar en la región (México Pueblos América, 2024).



**Figura 1.** Localización del Municipio Mina, N.L.  
*Nota.* Adaptado de Mapa de Nuevo León. División Municipal [Mapa], por Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Marco Geoestadístico, 2018. INEGI ([https://cuentame.inegi.org.mx/mapas/pdf/entidades/div\\_municipal/nvoleonmpios.pdf](https://cuentame.inegi.org.mx/mapas/pdf/entidades/div_municipal/nvoleonmpios.pdf))

De acuerdo con EcuRed (2015) el nombre del pueblo fue cambiado a Mina en 1851 en honor al general español Francisco Javier Mina, quien participó en el movimiento de independencia de México.

En cuanto a la cultura, prevalecen en la región petroglifos y vestigios arqueológicos, expresiones del arte y pensamiento de sus primeros pobladores. Los grabados rupestres se erigen como expresiones culturales de alto valor y patrimonio atesorado. Aunado a ello, las costumbres locales han forjado nuevas formas a través del tiempo que incorporan elementos mestizos y manifiestan fuertes identidades regionales. “En 1983, se descubrieron restos de mamut en el municipio, lo que llevó a la creación del Museo de Mina. Este museo no sólo exhibe los hallazgos prehistóricos, sino también la historia y cultura de la región” (Museo Bernabé de las Casas, s. f.).

## Atractivos Turísticos

Mina es un municipio que ofrece diversas características turísticas, destacándose por su rica historia, patrimonio cultural y paisajes naturales. Entre los cuales se destaca:

Atractivo	Descripción	Potencial Souvenir
Museo San Bernabé de las Casas	Exhibe fósiles de mamut, petroglifos, Niño Fidencio	Llaveros, replicas de fósiles, playera, macetas, vasos, postales, imanes y bolsas
Boca de Potrerillos	Petroglifos prehistóricos (rituales astrales, fertilidad)	

**Tabla 1.** Atractivos Turísticos. Nota. Elaboración propia.

## Diseño y Desarrollo de Productos Artesanales: Metodología

Se estructura a partir del Diseño Centrado en el Usuario (DCU) integrando herramientas de diseño, investigación social y análisis del entorno. Permitiendo comprender las necesidades, percepciones y dinámicas tanto de los actores locales como de los turistas potenciales, considerando el producto artesanal no solo como un objeto comercial, sino como un medio de comunicación cultural y detonador económico.

El proceso metodológico se organizó en cuatro fases principales:

### 1. Análisis contextual y diagnóstico territorial

Se realizó una investigación del contexto sociocultural, económico y turístico del municipio mediante:

- Revisión documental y análisis bibliográfico sobre el turismo rural y desarrollo local
- Estudio de campo, donde los hallazgos más significativos fueron:
  - Recorridos a los lugares: Boca de Potrerillos, Museo San Bernabé de las Casas y Ex Hacienda del Muerto
  - Recursos locales con potencial para la creación de productos artesanales:
    - Ixtle, la cual es una fibra vegetal característica de la región.
    - Adobe, material constructivo.
    - Herrería artesanal, oficio destacado en la región.
    - Petroglifos y mamuts, iconografía prehispánica con valor histórico y estético.
  - Souvenirs existentes: (*Figura 2*)  
De las cuales se resalta que, si bien existe una variedad de souvenirs, estos solo representan al Museo San Bernabé de las Casa y no al municipio.
  - Falta de infraestructura turística puesto a que hay una escasez en los espacios dedicados a la venta de productos artesanales.
  - Si bien la región cuenta con atractivos únicos, no hay estrategias consolidadas que atraigan visitantes.
  - Necesidades
    - Capacitación a artesanos para fomentar la innovación y a su vez para entender cómo funcionan las estrategias de marketing para darle la promoción necesaria a sus productos.
    - Incorporar propuestas contemporáneas que atraigan a turistas nacionales como internacionales.

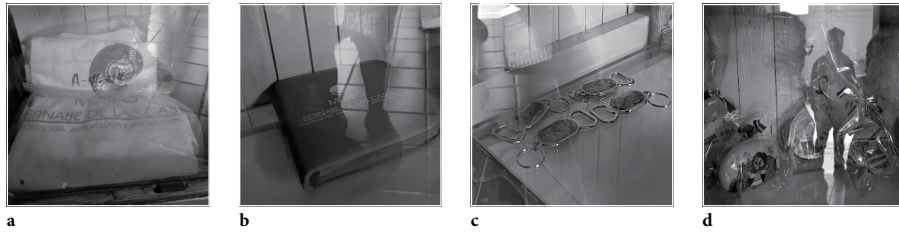


Figura 2. Souvenirs. a. Playeras, b. Porta CD, c. Llavero Destapador, d. Artesanías. Nota. Elaboración propia

## 2. Análisis de usuarios

Se emplearon técnicas cualitativas para comprender la relación entre la comunidad, las artesanías y el turismo, incluyendo:

- Análisis de los perfiles claves: artesanos locales y turistas rurales, mediante mapas de empatía. (Figura 3)
- Entrevistas semiestructuradas a dichos usuarios.
- Registro de percepciones sobre identidad cultural, valor simbólico y expectativas de consumo.

### Mapa de Empatía

Turistas Rurales



Figura 3. Mapa de Empatía de Usuarios. Nota. Elaboración propia

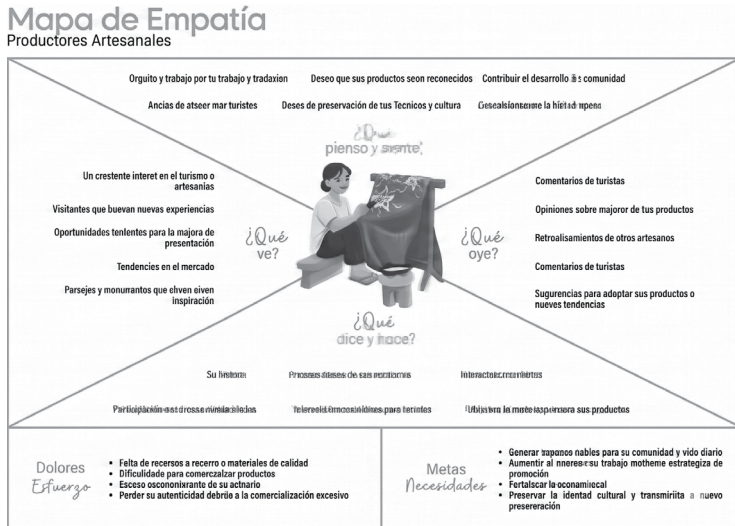


Figura 3. Mapa de Empatía de Usuarios. Nota. Elaboración propia

### 3. Desarrollo y conceptualización de productos

Mediante los hallazgos obtenidos, se llevó a cabo un proceso de diseño iterativo que incluyó:

- La definición de lineamientos de diseño basados en identidad local
- Conceptualización de dos líneas estratégicas complementarias: la artesanal tradicional y contemporánea funcional
- Selección de materiales y procesos productivos compatibles con las capacidades locales
- Integración de criterios de sostenibilidad, accesibilidad y viabilidad productiva

El diseño se planteó como un puente entre tradición e innovación, buscando fortalecer la narrativa cultural del territorio mediante objetos contemporáneos arraigados con lo local.

### 4. Evaluación y validación

Se construyeron prototipos funcionales correspondientes a ocho productos artesanales (cuatro por cada línea de diseño), los cuales fueron sometidos a un proceso de evaluación mediante *user testing* con la participación de 45 validadores, conformados por potenciales turistas y artesanos locales. La selección de los participantes permitió integrar la perspectiva del consumidor como la del productor.

Los resultados obtenidos mostraron un 87% de aprobación general, evidenciando una aceptación positiva hacia las propuestas diseñadas. Entre los factores mejor valorados destacó la autenticidad perceptible al tacto, identificada como un elemento decisivo en la experiencia del producto e intención de compra, confirmando la relevancia del uso de materiales y procesos artesanales.

Aunque este estudio se desarrolló en Mina, Nuevo León, la metodología se diseñó con un carácter adaptable, basada en principios aplicables a otros territorios rurales. De tal manera que se pueda implementar en distintas comunidades rurales que busquen fortalecer la identidad territorial y diversificar su oferta turística mediante el diseño de productos artesanales.

## Línea de Productos Artesanales

Esta propuesta está enfocada en el diseño y desarrollo de una línea de productos artesanales auténticos, elaborados por artesanos locales y fabricados con materiales tradicionales de la región, como el ixtle, barro rojo y cuero. Estos productos destacan por integrar elementos culturales representativos, como petroglifos y el icónico mamut de Mina, ofreciendo una experiencia que conecta al usuario con la identidad de la región.

### Macetas de Barro Rojo con Grabados de Petroglifos

- Descripción: Macetas elaboradas a mano con barro rojo típico de la región, disponibles en tres tamaños (chico, mediano y grande) para adaptarse a diferentes espacios y usos.
- Diseño: Grabados de petroglifos ancestrales que representan la historia y cultura indígena de Mina, realizados mediante técnicas tradicionales de incisión.
- Valor agregado: Cada maceta incluye una pequeña tarjeta explicativa sobre el significado de los petroglifos, creando un vínculo educativo y cultural con el comprador.

### Vaso de Barro Rojo Decorado con Motivos en Negro

- Descripción: Vasos artesanales de barro rojo con decoración en negro que reproducen motivos de petroglifos, ideales para uso decorativo o funcional.
- Diseño: Motivos cuidadosamente seleccionados para reflejar la riqueza simbólica de la región, aplicados con técnicas de pintura tradicional.
- Propuesta de valor: Producto que une funcionalidad y arte, perfecto para turistas interesados en llevarse un recuerdo auténtico y utilizable.

### Llaveros de Cuero con Detalles Punzados

- Descripción: Llaveros elaborados con cuero natural, con detalles punzados que incluyen el nombre de la región *Mina*.
- Personalización: Se ofrece la opción de personalizar el grabado con nombres o mensajes especiales, aumentando el valor sentimental del souvenir.
- Impacto: Producto pequeño, accesible y con alta demanda, ideal para ventas impulsivas en puntos turísticos.

### Pulsera Tejida con Ixtle e Hilo Encerado

- Descripción: Pulsera artesanal tejida con fibras naturales de ixtle y hilo encerado, complementada con un dije que lleva un grabado representativo de Mina, como un petroglifo o símbolo local.
- Diseño: Combinación de técnicas ancestrales de tejido con elementos simbólicos, que reflejan la identidad cultural de la región.
- Propuesta: Accesorio que puede ser usado tanto por turistas como por locales, fomentando el sentido de pertenencia y orgullo por la región. (Figura 4)

### Línea de Productos Contemporáneos

Ofrece productos funcionales y modernos, como playeras, tote bags, imanes y llaveros de metal, que apelan a un público más amplio y diverso, incluyendo jóvenes y turistas que prefieren artículos prácticos y de diseño actual. Esta línea facilita la difusión de la identidad local en contextos urbanos y digitales, ampliando la visibilidad de Mina como destino turístico.



Figura 4. Línea de Souvenirs Artesanal. Nota. Elaboración propia

### **Playeras y Tote Bags con Diseños Alusivos**

- Descripción: Ropa y bolsas reutilizables con estampados modernos inspirados en petroglifos y el mamut, símbolo emblemático de Mina.
- Diseño: Gráficos estilizados y atractivos que combinan arte ancestral con tendencias actuales de diseño, dirigidos a un público joven y consciente del medio ambiente.
- Estrategia: Producto funcional y de moda que promueve la identidad local y contribuye a la sostenibilidad.

### **Imán de PVC con Nombre y Símbolo Emblemático**

- Descripción: Imán para refrigerador fabricado en PVC, combinando el nombre “Mina” con la imagen del mamut, símbolo representativo de la región.
- Diseño: Colores vibrantes y acabados de alta calidad que garantizan durabilidad y atractivo visual.
- Uso: Souvenir práctico y económico, ideal para turistas que buscan un recuerdo pequeño y fácil de transportar.

### **Llaveros de Metal con Inserto de Cuero Grabado**

- Descripción: Llaveros modernos de metal con inserto de cuero grabado con petroglifos y el nombre de Mina, fusionando tradición y modernidad.
- Diseño: Elegante y resistente, pensado para un público que valora la calidad y el diseño sofisticado.
- Valor diferencial: Producto que representa la identidad local con un toque contemporáneo, ideal para regalos corporativos o souvenirs premium.

(Figura 5)

## **Agenda 2030**

El diseño de souvenirs con identidad local como estrategia para potenciar el turismo rural en Mina, N.L., está alineado con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por la Agenda 2030 de Naciones Unidas, que buscan promover un desarrollo equilibrado, inclusivo y sostenible.

### **• ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico**

Este objetivo se vincula directamente con la generación de empleo y el fomento del emprendimiento local a través de la producción y comercialización de souvenirs artesanales, creando oportunidades laborales dignas y sostenibles para la comunidad, especialmente para mujeres y jóvenes.

### **• ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles**

El fortalecimiento del turismo rural en Mina contribuye a desarrollar comunidades más resilientes y sostenibles, donde la población local participa en la gestión turística y se preserva la autenticidad cultural y el patrimonio, mejorando la calidad de vida sin comprometer el entorno natural ni social.

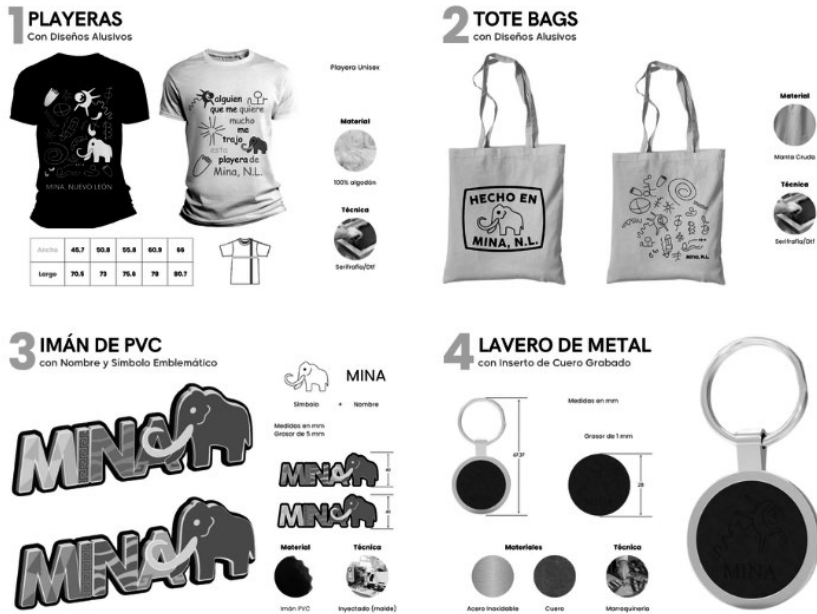


Figura 5. Línea Contemporánea. Nota. Elaboración propia

• **ODS 12: Producción y consumo responsables**

El diseño de souvenirs con materiales locales y técnicas artesanales fomenta prácticas de consumo responsable, minimizando el uso de recursos no renovables y reduciendo la generación de residuos, en línea con la meta 12.b que promueve la vigilancia y aplicación de políticas para un turismo sostenible que respete la cultura y el medio ambiente.

• **ODS 5: Igualdad de género**

La inclusión activa de mujeres en la cadena productiva de souvenirs contribuye a la igualdad de género, empoderando a este sector de la población y promoviendo la equidad social dentro de la comunidad.

El diseño sustentable trasciende una simple tendencia, constituyéndose en una responsabilidad ética y profesional, especialmente en contextos comunitarios como el de Mina, N.L. Al alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se establece un modelo de diseño consciente y replicable, que puede servir como referencia para otras comunidades que buscan impulsar su desarrollo con identidad, compromiso y responsabilidad hacia su entorno y su gente.

## Conclusiones

El presente trabajo ha demostrado cómo los productos artesanales se consolidan como motor principal del turismo rural en comunidades como Mina, Nuevo León. Mediante un enfoque multidisciplinario, se establece un modelo integral donde los souvenirs con identidad local no solo responden a las expectativas del mercado, sino que preservan y proyectan activamente la riqueza cultural e histórica de la región.

Uno de los hallazgos más significativos fue el desconocimiento generalizado sobre Mina, dejando como evidencia la urgencia de posicionar los productos artesanales como embajadores culturales que haga visible el valor único del destino, transformando la percepción de los visitantes y motivando su retorno mediante piezas que cuentan la historia del lugar. El desarrollo de productos innovadores (souvenirs decorativos y funcionales) permite satisfacer tanto el interés estético como las demandas prácticas de los consumidores actuales. Estos productos trascienden su función de recuerdo para convertirse en narradores culturales que extiendan las experiencias de Mina a otros contextos, utilizando materiales sostenibles y técnicas tradicionales que refuerzan autenticidad y se alinean con la Agenda 2030. Las estrategias de marketing identifican redes sociales y eventos culturales como herramientas clave para captar la atención de turistas potenciales y residentes locales. La creación de contenido interactivo, como las historias de los artesanos, procesos de elaboración y talleres vivenciales, generan conexiones emocionales profundas, posicionando los productos artesanales como protagonistas del relato turístico y fomentando un vínculo auténtico con Mina, que impulse las ventas y recomendaciones orgánicas.

Los productos artesanales no solo diversifican ingresos comunitarios, sino que catalizan un turismo regenerativo replicable en otras zonas rurales con patrimonios similares, demostrando que el diseño cultural estratégico puede transformar economías locales mientras se honra identidades ancestrales.

## Bibliografía y Referencias

- Chávez, J. (2024). La importancia del marketing en el turismo rural. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/importancia-del-marketing-en-el-turismo-rural.html>
- Curtidos Menacho. (2021). Lo especial de un producto artesanal. Curtidos Menacho. <https://curtidosmenacho.com/es/blog/informacion/lo-especial-de-un-producto-artesanal>
- EcuRed. (2015). Municipio de Mina (Nuevo León) - EcuRed. [https://www.ecured.cu/Municipio\\_de\\_Mina\\_\(Nuevo\\_Le%C3%B3n\)](https://www.ecured.cu/Municipio_de_Mina_(Nuevo_Le%C3%B3n))
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). ¿Qué hay en las localidades rurales de México? INEGI. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/889463915119.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463915119.pdf)
- México Pueblos America. (2024). Mina. [mexico.pueblosamerica.com/i/mina/#breve-historia](https://mexico.pueblosamerica.com/i/mina/#breve-historia)
- Museo Bernabé de las Casas. (s. f.). HISTORIA DEL MUSEO. <https://www.museodemina.com/nuestra-historia?form=MG0AV3>

- Organización Mundial de Turismo. (s. f.-a). El turismo en la Agenda 2030. ONU Turismo. <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- Organización Mundial de Turismo. (s. f.-b). Turismo Rural | Organización Mundial del Turismo. ONU Turismo. <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Ortiz, H., & Villarreal, L. (2021). Presentación: Turismo Rural en México. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo E Hospitalidade*, 13(3), 812-815. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i3p812>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2022). Souvenir - Qué es, definición y concepto. *Definición.de*. <https://definicion.de/souvenir/>
- Sectur. (2024). Empleo Turístico. *gob.mx*. <https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx>
- UNESCO (2003). Técnicas artesanales tradicionales - UNESCO Patrimonio cultural inmaterial. <https://ich.unesco.org/es/tecnicas-artesanales-tradicionales-00057>
- 

**Abstract:** Rural tourism has established itself as a sustainable and culturally significant alternative for the development of communities with rich history and heritage. In this context, artisanal products are positioned as a key driver that connects visitors with local identity, offering authentic experiences that strengthen rural communities' economies. This study asks: how can innovation in the design and marketing of artisanal products strengthen cultural identity and become a driver for rural tourism? To answer this question, the municipality of Mina, Nuevo León, is taken as a case study—a region characterized by its cultural, archaeological, and natural heritage, yet facing the challenge of diversifying its tourism offer. The study focuses on artisanal products conceived as strategic tools to enhance the tourist experience and preserve cultural heritage. It is argued that the careful integration of contemporary design with artisanal tradition, combined with adapted marketing strategies, allows these products to function as tangible souvenirs and cultural narratives that drive local social and economic development. The research combines an analysis of Mina's socioeconomic and cultural context with a review of rural tourism trends, visitor preferences, and co-creation processes with artisans, proposing a product line that fuses innovation with traditional techniques and materials—such as red clay, ixtle, and leather—to generate sustainable, portable, and representative pieces of the region. The results point to the consolidation of a replicable model that positions these products as a central pillar in the competitiveness of rural destinations, aligned with the 2030 Agenda Sustainable Development Goals and oriented towards reinforcing local identity.

**Keywords:** Design - Artisanal Product - Sustainability - Rural Tourism - Local Identity

**Resumo:** O turismo rural consolidou-se como uma alternativa sustentável e culturalmente significativa para o desenvolvimento de comunidades com riqueza histórica e patrimonial. Neste contexto, os produtos artesanais posicionam-se como um motor chave que conecta os visitantes à identidade local, oferecendo experiências autênticas que fortalecem a economia das comunidades rurais. Este estudo questiona: como a inovação no design

e na comercialização de produtos artesanais pode fortalecer a identidade cultural e converter-se num motor para o turismo rural? Para responder a esta questão, toma-se como caso de estudo o município de Mina, Nuevo León, região caracterizada pelo seu patrimônio cultural, arqueológico e natural, mas que enfrenta o desafio de diversificar a sua oferta turística. O objeto de estudo são os produtos artesanais concebidos como ferramentas estratégicas para potenciar a experiência do turista e preservar a herança cultural. Sustenta-se que a integração cuidadosa do design contemporâneo com a tradição artesanal, juntamente com estratégias de marketing adaptadas, permite que estes produtos funcionem como lembranças tangíveis e narrativas culturais que impulsionam o desenvolvimento social e econômico local. A pesquisa combina uma análise do contexto socioeconômico e cultural de Mina com a revisão de tendências no turismo rural, as preferências dos visitantes e processos de cocriação com artesãos, propondo uma linha de produtos que funde inovação com técnicas e materiais tradicionais — como barro vermelho, ixtle e couro — para gerar peças sustentáveis, transportáveis e representativas da região. Os resultados apontam para a consolidação de um modelo replicável que posicione estes produtos como um eixo central na competitividade de destinos rurais, alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 e orientado para reforçar a identidade local.

**Palabras-chave:** Design - Produto Artesanal - Sustentabilidade - Turismo Rural - Identidade Local

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

---

**Susana Cruz Reyes.** Diseñadora Industrial egresada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Miembro del Grupo de Investigación en Diseño D'AMATEUR, formó parte del Programa de Talentos de la UANL y ha participado como expositora en eventos académicos como la Semana 8 de la Facultad de Arquitectura.

**Sofía Alejandra Luna Rodríguez.** Diseñadora Industrial egresada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma Nuevo León (UANL), con una Maestría en Artes, por la Facultad de Artes Visuales de la misma institución, así como un Doctorado por el programa DADU (Doctorado en Arquitectura Diseño y Urbanismo con acentuación en Diseño Industrial). Maestra fundadora de la Licenciatura en Diseño Industrial del Centro de Estudios Superiores de Diseño de Monterrey (CEDIM). Cuenta con publicaciones a nivel nacional e internacional. Actualmente miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1 (SIN 1), fundadora del Grupo de Investigación en Diseño D'AMATEUR.