



DESAFÍOS DE LAS ASOCIACIONES DE ARTESANOS DE LA REGIÓN CARIBE

UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Netty Consuelo Huertas Cardozo
Yuneris Muñoz Cardona
Emily Andrea Lugo Hernández
Martha Elena González Vergara

DESAFÍOS DE LAS ASOCIACIONES DE ARTESANOS DE LA REGIÓN CARIBE

UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Netty Consuelo Huertas Cardozo

Yuneris Muñoz Cardona

Emily Andrea Lugo Hernández

Martha Elena González Vergara

DESAFÍOS DE LAS ASOCIACIONES DE ARTESANOS DE LA REGIÓN CARIBE

UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Universidad Tecnológica de Bolívar
Consejo Profesional de Administración de Empresas

Huertas Cardozo, Netty Consuelo

Desafíos de las asociaciones de artesanos de la región Caribe: una propuesta para el desarrollo sostenible / autores Netty Consuelo Huertas Cardozo, Yuneris Muñoz Cardona, Emily Andrea Lugo Hernández, Martha Elena González Vergara; asistente de investigación Niyis Castilla; prologuista Olga Parra Villamil. -- Cartagena de Indias: Universidad Tecnológica de Bolívar: Consejo Profesional de Administración de Empresas, 2021.

120 páginas: ilustraciones, gráficos, tablas.

ISBN: 978-958-8862-87-3 (papel)

ISBN: 978-958-8862-88-0 (digital)

1. Industria cultural 2. Industria artesanal -- Caribe (Región, Colombia) 3. Industria de servicios 4. Artesanos -- Caribe (Región, Colombia) 5. Artesanías -- Caribe (Región, Colombia) 6. Desarrollo sostenible I. Huertas Cardozo, Netty Consuelo II. Muñoz Cardona Yuneris III. Lugo Hernández, Emily Andrea IV. González Vergara, Martha Elena V. Castilla, Niyis VI. Parra Villamil, Olga.

306.3

H887

CDD23

Entidades Participantes

Universidad Tecnológica de Bolívar

Alberto Roa Varelo
Rector

Daniel Toro González
Vicerrector Académico

María del Rosario Gutiérrez de Piñeres
Vicerrectora Administrativa y Financiera

Rolando Ariza Olaya
Decano de la Escuela de Negocios

Jairo Useche Vivero
Director de Investigación, innovación y emprendimiento

Consejo Profesional de Administración de Empresas

Aurelio Mejía Mejía
Presidente

Carlos Andrés Carvajal Castaño
Consejero

Hugo Alexis García Balcázar
Consejero

Javier de Jesús Moreno Juvinao
Consejero

Norma Lucía Bonilla Londoño
Consejera

Oscar Andrés Galindo Rodríguez
Consejero

Olga Parra Villamil
Directora Ejecutiva

Autores

Netty Consuelo Huertas Cardozo
Yuneris Muñoz Cardona
Emily Andrea Lugo Hernández
Martha Elena González Vergara
Asistente de Investigación: Niyis Castilla

Desafíos de las Asociaciones de Artesanos de la Región Caribe: Una propuesta para el desarrollo sostenible

ISBN: 978-958-8862-87-3 (papel)
ISBN: 978-958-8862-88-0 (digital)

Edición
Editorial Universidad Tecnológica de Bolívar
editorial@utb.edu.co

Diseño de Portada y Diagramación
Juan G. Leiva De Oro

Cartagena de Indias, Colombia 2021

Impreso en Colombia - Printed in Colombia

Universidad Tecnológica de Bolívar

Campus Tecnológico:
Parque Industrial y Tecnológico Carlos Vélez Pombo
Cartagena de Indias, D. T. y C., - Colombia
www.utb.edu.co

Consejo Profesional de Administración de Empresas

Carrera 15 No 88-21 Oficina 803 Torre Unika Virrey
Bogotá - Colombia
www.cpaee.gov.co

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su totalidad ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio. Sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro., sin permiso previo por escrito de la editorial.

Contenido

Agradecimientos	9
Prólogo	11
Resumen	13
Introducción	15
Capítulo 1. Industrias culturales	21
1.1. Economía Naranja: Industrias Culturales y Creativas en Colombia	24
1.2. Las Artesanías	26
1.3. Algunas cifras de la importancia del Sector de las Artesanías	28
Capítulo 2. Metodología	31
Capítulo 3. Análisis del entorno en la industria de la Artesanía	35
3.1. Análisis PESTAL	38
3.1.1. Aspecto Político	38
3.1.2. Aspecto Económico	40
3.1.3. Aspecto Sociocultural	42
3.1.4. Aspecto Tecnológico	44
3.1.5. Aspecto Ambiental	46
3.1.6. Aspecto Legal	47
3.2. Análisis de las fuerzas de Porter	50
3.2.1. Rivalidad entre los competidores existentes	50
3.2.3. Poder de negociación de proveedores	54
3.2.4. Poder de negociación con clientes	56
3.2.5. Productos Sustitutos	57
3.2.6. Barreras de Entrada	58
Capítulo 4. Análisis de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe	61
4.1. Caracterización del sector en la Región Caribe	63
4.2. Productos artesanales	66
4.2.1. Artesanías en Sucre y Córdoba	67
4.2.2. Artesanías en Bolívar y Atlántico	68
4.2.3. Artesanías en Magdalena, Cesar y Guajira	69
4.3. Análisis organizacional	70
4.3.1. Formas Tradicionales de Organización para la Producción Artesanal	70
4.3.2. Organización Gremial	72
4.3.3. Organizaciones artesanales en la Región Caribe	74
4.4. Comercialización en las Organizaciones Solidarias De La Costa Caribe Colombiana	77

4.4.1. Artesanías de Colombia y PROCOLOMBIA impulsores de la artesanía colombiana a nivel internacional	77
4.4.2. Características representativas del mercado artesanal, para las asociaciones en Sucre, Córdoba, Bolívar; Atlántico, Magdalena, Cesar, Guajira.	77
4.4.3. Elementos de comercialización: escenarios de ventas, intercambio de oferta-demanda	79
4.5. Análisis de los desafíos del sector artesanal para un desarrollo sostenible	83
4.5.1. Desafíos para los actores institucionales que apoyan al sector artesanal	83
4.5.2. Desafíos para el sector artesanal	85
4.5.3. Análisis DOFA	86
Capítulo 5. Estrategias para el desarrollo sostenible de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe	89
• Actuación interinstitucional	92
• Certificaciones	95
• Formación	97
• Comercialización	98
Conclusiones y Recomendaciones	99
Referencias	105

Agradecimientos

Este libro ha sido el producto de un trabajo mancomunado entre dos instituciones de la Región Caribe que han entendido que el desarrollo sostenible solo es posible cuando las investigaciones que se realizan tienen por objeto contribuir con el desarrollo de los territorios y las sociedades que le componen, especialmente con aquellas poblaciones que son más vulnerables y aunque, han existido desde hace mucho tiempo, han estado invisibilizadas, así como sus aportes a la economía y a la transformación de sus familias.

En este sentido, el producto de este trabajo, no es sólo de la dedicación de las autoras, sino también gracias al esfuerzo de diversas y diversos artesanos de la Región Caribe quienes nos atendieron en sus casas y/o en sus talleres y que sin ninguna prevención brindaron la información sobre cómo funcionaban en el día; algunos de ellos compartieron su tristeza al sentirse abandonados por las entidades que se encargan de la comercialización, otros están entusiasmados por los procesos de formación que están recibiendo con los Laboratorios de Diseño e Innovación en asocio con universidades de la región, y, otros compartieron cómo han logrado organizarse para trabajar mancomunadamente y obtener beneficios económicos con las enseñanzas transmitidas de generación en generación. A todos ellos, queremos AGRADECER enormemente por compartir sus conocimientos y por su acogida.

También, las autoras queremos agradecer la contribución del Consejo Profesional de Administración de Empresas, organización que financió este proyecto y que ha tomado la iniciativa de asignar recursos para el fomento a la investigación en pro de generar sinergias entre grupos de investigación -fortaleciendo de esta forma las competencias de los profesionales del área de la administración y las organizaciones-, estrategia que favorece el desarrollo de la educación superior en Colombia, especialmente el de las pequeñas instituciones en el orden regional.

A la Universidad Tecnológica de Bolívar y a la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, agradecemos por su asistencia para llevar a feliz término esta publicación. Así las cosas, destacamos al equipo de investigadores pertenecientes al Instituto de Estudios para el Desarrollo -IDE- y al Centro de Estudios en Negocios e Internacionalización -CeNI- de la Escuela de Negocios de la Universidad Tecnológica de Bolívar y al Grupo de Investigación de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables -GICAEC- de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, tanto por los aportes científicos necesarios para la construcción del proceso metodológico, como por la generación de conocimiento y la elaboración de este documento final.

Prólogo

El Consejo Profesional de Administración de Empresas, comprometido con la academia y sus profesionales, a partir de un esfuerzo conjunto con la Universidad Tecnológica de Bolívar, producto de la Convocatoria del CPAE del año 2018, ha logrado compartir con el público esta propuesta denominada: “Desafíos de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe”. Contribuyendo así, en una articulación y compromiso responsable que tenemos desde nuestras instituciones, con la formación de líderes empresariales, y con el fortalecimiento competitivo de la empresa familiar y asociativa en el sector artesanal, el cual requiere de estrategias de innovación de producto y comercialización para la sostenibilidad en la nueva dimensión del modelo de negocio.

Los investigadores logran, a partir de un estudio riguroso, un rastreo bibliográfico, la revisión y el acercamiento con la comunidad empresarial, en su mayoría informal, tanto en la producción en talleres artesanales, como en la organización y estructura familiar. Igualmente, el estudio realizado logra identificar la situación actual de esta población, y proponer estrategias para enfrentar los retos de la actividad artesanal – empresarial, dentro de un contexto que involucra un número considerable de negocios y personas de la Región Caribe Colombiana, donde su sustento económico depende de la perdurabilidad y rentabilidad del negocio.

Es en estos aspectos, donde el Consejo Profesional de Administración de Empresas, como organismo adscrito al despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo, propende por apoyar investigaciones que permiten un aprendizaje y generan información pertinente para académicos, directivos y profesionales, tanto para la toma de decisiones como para el desarrollo de la gestión en el sistema productivo, administrativo, empresarial y social.

Es así que, documentos como el aquí presentado, donde se comparten los resultados de la operatividad de las organizaciones familiares, asociativas y comunitarias, permiten generar acciones para adentrarse más en el negocio de una manera competitiva, tanto a nivel regional y nacional como internacional, constituyéndose en un punto de partida para identificar comportamientos, tendencias y necesidades del medio empresarial y de los negocios informales, que muy seguramente favorecen a las facultades y los programas de Administración, acerca de las competencias y habilidades requeridas por el medio, y redimensionar la formación del profesional actual; y al mismo tiempo, apoyar el nuevo conocimiento desde los grupos de investigación categorizados por MINCIENCIAS.

Esta obra hace alarde a la participación de las familias en el sector artesanal de la región Caribe colombiana, y se remite a los roles que asumen mujeres y hombres, salvaguardando la identidad cultural y precisando que asociarse permite alcanzar mayor efectividad en la técnicas de fabricación y en la calidad de los productos; así como, en el manejo de precios adecuados y la necesidad de las alianzas estratégicas para lograr mayor producción, consiguiendo ampliar el horizonte en la dimensión comercial.

Claro está, para alcanzar un mejor desempeño competitivo en el mercado, los investigadores de la Universidad Tecnológica de Bolívar, involucrados en el estudio, consiguen, teniendo en cuenta diferentes factores y estrategias, modelar el comportamiento del sector artesanal de la Región Caribe Colombiana, y la forma de enfrentar los retos del mercado para la sostenibilidad de sus actividades económicas. Afirman que se requiere de procesos de formación y acompañamiento para el fortalecimiento en la innovación y comercialización de sus negocios apoyados en las TICs.

En este sentido, el Consejo Profesional de Administración de Empresas reconoce la necesidad de fomentar la calidad académica y el desarrollo de investigaciones pertinentes con las áreas de formación en administración y el sector productivo colombiano, por tanto, espera que el libro “Desafíos de las asociaciones de artesanos de la región Caribe. Una propuesta para el desarrollo sostenible”, brinde la mayor utilidad para el público en general.

Olga Parra Villamil

Directora Ejecutiva

Consejo Profesional de Administración de Empresas.

Resumen

La región Caribe colombiana se reconoce gracias a su diversidad cultural, ello debido a sus raíces étnicas (blancos, africanos e indígenas) que a lo largo de su historia se han entremezclado y que han construido el patrimonio cultural inmaterial -PCI- que hoy se identifica. A pesar de esta riqueza cultural también se advierte en la región altos niveles de pobreza, hecho que motivó esta investigación hacia la búsqueda de una propuesta que busca el desarrollo sostenible de asociaciones de artesanos de la Región Caribe; considerándolos representantes y portavoces de este PCI y que -luego del recorrido- se ha encontrado que en algunos casos está en peligro de extinción.

Este proyecto se fundamentó en una metodología participativa con las asociaciones de artesanos en los municipios de mayor tradición artesanal en cada departamento de la región Caribe (excepto San Andrés Isla); las asociaciones a través de sus representantes participaron en grupos focales y/o entrevistas evaluando diferentes elementos, como su forma de enfrentar los retos del mercado y la sostenibilidad de sus actividades económicas, y la de sus comunidades e identidad.

Los artesanos manifestaron su preocupación por la sostenibilidad de sus trabajos y el sustento para ellos y sus familias, ello debido a diversas razones, por ejemplo, en algunos lugares se presenta poca valorización de sus tradiciones, por tanto los jóvenes no quieren continuar con esta labor, pues algunos lo perciben como la perpetuación de la pobreza; en otros casos, porque la materia prima ya no se consigue en sus lugares de origen; por último y no por ello menos importante, por el ingreso de mercancías industrializadas que replican sus productos artesanales y que se ofrecen a menores precios en el mercado.

Finalmente se concluyó que entre las estrategias para la sostenibilidad se requiere de procesos de formación para el fortalecimiento de las asociaciones en la cadena de comercialización de las artesanías, especialmente haciendo uso de nuevos medios digitales para la promoción de los productos artesanales; así mismo, esta formación no sólo debe enfocarse en la innovación en el proceso de elaboración de la artesanía, sino también en la promoción de cursos para el rescate del valor cultural y la identidad de estas culturas; así como sobre aspectos de gestión cultural, de tal forma que la gestión organizacional traiga consigo un desarrollo empresarial de estas asociaciones. En tal sentido, son múltiples las tareas por realizar desde las instituciones de educación superior para aportar en el fortalecimiento de las asociaciones de artesanos.

Descriptor JEL/Palabras clave. D21, I3, J15, L22, L82

Comportamiento de empresas artesanales, Pobreza, Economía de las minorías, organización de la empresa y estructura del mercado, Estudios del sector de artesanías.

Introducción

A nivel mundial, en los últimos tiempos, el desarrollo sostenible ha sido uno de los temas de mayor interés en la política global. La integración de las sinergias entre Estado - empresa se ha ligado a la construcción de un futuro promisorio y asequible para las generaciones futuras, de acuerdo a las reseñas de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en el 2002 en Johannesburgo - Sud África, en la que participaron 190 Jefes de Estado y delegaciones nacionales. Para lograr este propósito se requieren cambios fundamentales en la forma en que producen y consumen las sociedades. En ese sentido, los países deben suscitar modalidades sostenibles competentes y las empresas y los ciudadanos deben desempeñar un papel activo con miras a lograr dicho designio (CEPAL, 2015).

Para dimensionar las metas y necesidades con miras a alcanzar el desarrollo sostenible, las naciones definieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como un reclamo universal para tomar medidas que demandan “poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad” con metas a 2030 (PNUD, 2002). No obstante las 157 naciones que acogieron estos objetivos para el 2017 de acuerdo al índice de clasificación se encuentran en una condición difícil para el cumplimiento de esta meta; en el caso de Colombia pese a generar en los últimos años estrategias y educación en torno a la concientización de los ODS, ocupa el puesto 88 de los 157 países con un puntaje de 64.8, lo cual evidencia la necesidad de trabajar arduamente en el alcance de esta meta.

Esta tendencia mundial, junto con la globalización, ha generado tanto para los países como para las organizaciones, mayores retos que permitan alcanzar un crecimiento y desarrollo, enfocado en lograr un desempeño de alto nivel y una ventaja competitiva sostenible en el tiempo, gracias a que factores como la liberalización de los mercados, han traído consecuencias positivas y negativas. Así por ejemplo, de manera positiva se ha originado un aumento en el ámbito de operaciones para las empresas locales y al mismo tiempo, como consecuencia negativa, la rivalidad entre organizaciones -con diversos niveles de desarrollo y origen- y en tal sentido un amplio número de empresas en los sectores productivos (Montoya, Castellano, & Montoya, 2010). Esto puede ser potencialmente peligroso, especialmente para aquellas organizaciones que se encuentran en países como Colombia, donde el porcentaje de personas en situación de pobreza es alrededor de la quinta parte de la población (20,2%) y en materia de avances en competitividad y sostenibilidad se encuentra en un rango moderado (Castro, 2013).

En Colombia la estructura empresarial, la conforman en un 90% las micro, pequeñas y medianas empresas -Mipymes- que contribuyen en un 35% del PIB y generan 80% del empleo (DANE, 2018). Para los retos del mercado global, esta composición se convierte en un factor favorable, pues la Mipymes son: i) consideradas pilar fundamental del desarrollo

sostenible, al ser generadoras de riqueza; ii) entidades dinámicas que llevan a cabo nuevas actividades productivas; iii) organismos que adoptan nuevas tecnologías fácilmente, pues su planeación y organización no requiere de grandes inversiones de capital (Delfin & Acosta, 2016).

No obstante, pese a la flexibilidad -característica en estas organizaciones-, un gran número de ellas no ha enfrentado exitosamente las nuevas condiciones dominantes en el mercado, obligándolas a que el desarrollo de capacidades innovadoras, se convierta en elemento transcendental para una mayor competitividad. Las nuevas condiciones de la economía suponen una transformación que supere la ineficiencia de escalas individuales y por tanto incentive los procesos asociativos entre las Mipymes; lo que conlleva al diseño de estrategias colectivas para incrementar la competitividad, como única alternativa de supervivencia (Liendo & Martínez, 2001).

A nivel geográfico, la Región Caribe es una de las regiones con mayores retos a nivel empresarial, a pesar de contar con una posición estratégica, ha presentado debilidades competitivas especialmente en lo relacionado con la internacionalización de sus productos en el marco de los Tratados de Libre Comercio (Herrera, Balbis, Gómez, & Gaspar, 2015), hecho que contrastado con los altos niveles de pobreza encontrados en esta región suscitan para esta investigación una necesidad imperante de buscar alternativas para el posicionamiento de ésta a nivel mundial.

Uno de los sectores débiles y con menos aportación al PIB regional, pero con potencialidades de crecimiento, es el de las empresas del sector cultural. Durante mucho tiempo, éstas fueron asociadas a las culturas populares, consideradas como “un lastre para el propio desarrollo y crecimiento económico, por la rémora de la tradición y las creencias ancestrales en la aceptación de nuevas visiones *técnicas e imparciales*” (Martinell, 2011). Sin embargo, en los últimos años y en relación a las metas de desarrollo sostenible y competitividad del país, es uno de los sectores que podría brindar aportes significativos al alcance de estas metas, coadyuvar a lo social, cultural, económico y ambiental desde el quehacer de su actividad.

Un ejemplo de lo anterior se presenta en el sector artesanal: esta actividad tiene tanto importancia para el desarrollo cultural de las naciones, como también es relevante para variables macroeconómicas como el empleo y los ingresos, principalmente en segmentos especiales de la población (en la mayoría de ocasiones comunidades vulnerables), especialmente en territorios donde esta actividad es considerada como la principal fuente de ingresos (Strouss, 2006), así como para la cohesión social. En cifras: más de 350 asociaciones de artesanos depende de esta actividad que genera ingresos por exportación de US\$3.2 millones de dólares al país, con tasas de crecimiento por encima del 16,5% anual (Artesanías de Colombia, 2018); lo cual se constituye como una oportunidad.

En Colombia, la actividad artesanal es parte sustancial del desarrollo económico, social y cultural del país; su contribución en la generación de empleo e ingresos por artesano es en promedio 1,2 puestos de trabajo, contribuyendo el 15% del empleo de la industria manufacturera nacional. Su influencia en el rescate y enriquecimiento de la cultura es clave para el fortalecimiento de la identidad, así como la asociatividad para la cohesión social de los territorios (Benítez, 2013). A pesar de ello, de acuerdo con la información de Artesanías de Colombia (2016), los hogares pertenecientes al sector artesanal se caracterizan por ser pobres (60%), estar ubicados en su gran mayoría en áreas rurales, y conformados por población vulnerable (52%); esta actividad es realizada generalmente por mujeres -a menos que ésta vincule el uso de materiales como la madera y el metal-; los artesanos habitualmente se encuentran organizadas en Asociaciones, las cuales deben enfrentarse a las dinámicas de un mercado globalizado y competitivo.

Todo ello trae consigo la necesidad de fortalecer las condiciones empresariales de las asociaciones para contribuir a su desarrollo empresarial. Sin embargo, cuando se habla de artesanías y las dinámicas de mercado competitivo e innovador, es importante tener en cuenta la contribución del patrimonio cultural y natural que los territorios proporcionan al desarrollo de estas, dado que ante la exigencia del mercado, que exige alta productividad trae consigo el uso desmedido de los recursos naturales, provocando un distanciamiento entre patrimonio cultural material, tecnología y el balance ecológico; generando consigo una capacidad de carga de los ecosistemas reducida (Pacheco, Gomes, & Barreto, 2009), hecho que sumado a los retos de estas organizaciones ante el desarrollo sostenible y la globalización, conducen al interés de esta investigación por diseñar una propuesta que permita a las asociaciones ser competitivas y estar en la vanguardia de los retos mundiales, en la misma medida que contribuyan al desarrollo social, cultural, económico y ambiental de sus territorios; a través de una evaluación de su condición actual frente a su entorno nacional e internacional.

Por lo anterior, la presente investigación parte de cuestionarse:

- ¿Cuáles son los desafíos del entorno empresarial a los que se encuentran expuestas las asociaciones de artesanos?
- ¿Cómo son las condiciones empresariales de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe?
- ¿Existe una brecha entre las condiciones empresariales de las asociaciones y los desafíos del entorno para el desarrollo sostenible?
- ¿Cuáles serían las estrategias que contribuirían al desarrollo sostenible de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe?

De esta manera, el **propósito** de este manuscrito es diseñar una propuesta para el desarrollo sostenible de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe, frente a los desafíos del entorno. Para lo cual se propone una investigación con enfoque mixto, de tipo exploratorio – descriptivo, a través de técnicas de investigación participativa, mediante las cuales se identifica la situación actual de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe y se diseñan estrategias en pro del desarrollo de la actividad artesanal. Esta investigación se compuso de 3 fases; en la primera se partió de un análisis externo basado en fuentes secundarias que indagó sobre los retos globales; posteriormente, una segunda fase, de análisis interno que buscaba determinar las condiciones empresariales; y por último, la fase para construir de manera conjunta con artesanos y *stakeholders* las estrategias.

De esta forma, el objetivo general de esta investigación fue *Diseñar una propuesta para el desarrollo sostenible de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe*, para lo cual se plantearon cuatro objetivos específicos, a saber:

- Determinar los desafíos del entorno empresarial a los que se encuentran expuestos las asociaciones de artesanos de la Región Caribe.
- Diagnosticar las condiciones empresariales de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe.
- Identificar la brecha de las condiciones empresariales de las asociaciones frente a los desafíos del entorno para el desarrollo sostenible.
- Construir estrategias para el desarrollo sostenible de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe.

Por otra parte, valga la pena resaltar que este trabajo ha sido apasionante para las investigadoras y ha sido útil tanto para la apropiación social de conocimiento como para diseñar talleres de formación cuyas beneficiarias han sido las artesanas a nivel nacional. Así, con la realización de este proyecto se han obtenido otros resultados de investigación como la presentación de dos ponencias, enunciadas a continuación, una de ellas presentada a nivel nacional y la otra, a nivel internacional:

1. Presentación de la ponencia titulada “*Nuevo modelo de negocios para las artesanías*” en la Conferencia Internacional Virtual ASCOLFA 2020 “Innovando las Escuelas de Negocio y Revolucionando el Management 4.0 en Tiempos de Incertidumbre”.
2. Presentación de la ponencia *Cultura, identidad e innovación ante la sostenibilidad artesanal* en el III Congreso Internacional Tendencias de la Investigación Universitaria - I Encuentro Cultural Latinoamericano Alianza de Investigadores Internacionales-ALININ.

En adición, se han realizado otras publicaciones:

1. Publicación del artículo titulado *Diagnóstico de las organizaciones solidarias del sector artístico-cultural en Córdoba y Sucre* en la Revista Venezolana de Gerencia, revista indexada Q3 en Scopus e identificada con DOI:
<http://dx.doi.org/10.37960/revista.v25i89>.
2. Publicación del capítulo de libro *Cultura, identidad e innovación ante la sostenibilidad artesanal* en el libro de investigación denominado *Tendencias en la investigación universitaria. Una visión desde Latinoamérica*, de la Colección Unión Global, Volumen XII. ISBN: 978-980-7857-39-0

Asimismo, queremos informar que gracias a esta investigación se ha trabajado en (2) *Talleres de fortalecimiento de emprendimientos artesanales*, con las comunidades de Sandoná en Nariño y de Manauré en La Guajira y un taller de *Formalización de Artesanas* de Usiacurí Atlántico, los cuales han sido financiados por la Fundación Guazuma y el Centro Artesano de Cartagena.



Capítulo 1. ■
Industrias culturales

Capítulo 1.

Industrias culturales

La cultura ha desempeñado un papel decisivo en la preservación de la identidad de los territorios y en su desarrollo económico. La generación de productos y servicios basados en las manifestaciones, pensamientos y conductas permite la diversificación de la economía, contribuyendo a la creación de empleo y a la promulgación del legado cultural de una región, hacia distintas partes de un país y hacia otras naciones.

Debido a su importancia en la economía, han surgido avances teóricos en los cuales se explica la relación entre la economía y la cultura. Towse (2003) citado por (Palma & Aguado, 2010) describe la economía de la cultura como “la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales” (pág. 134). Por tal motivo, la cultura pasó de ser una forma de expresión nata de un territorio, compartida por sus pobladores con el fin de comunicar un mensaje, a ser toda una industria con elementos diferenciadores.

“Parte del corazón de la actividad cultural es la creatividad, los activos culturales, el talento y los elementos intangibles e innovadores que han planteado siempre un desafío a la economía de lo tangible y que sugieren, por tanto, la necesidad de una lectura multidimensional que recoja todos los matices de su compleja realidad” (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura -OEI-, 2016, pág. 18).

Las industrias culturales se convirtieron entonces, en una fuente económica que a la vez se encargan de ser portadoras de valores sociales y culturales (UNESCO, 2009). Además, proporcionan un mayor desarrollo social por el involucramiento de la comunidad en actividades propias de su región, generado mediante la oferta de distintos productos y servicios (Tabla 1)

Tabla 1. Principales productos y servicios de las industrias culturales

Sector	Actividad
Servicios creativos	Publicidad, arquitectura
Publicaciones e imprenta	Libros, periódicos
Nuevos medios	Software, videojuegos, contenido digital
Audiovisuales	Producción cinematográfica, post-producción y distribución, televisión, radio
Artes escénicas	Danza, teatro, música en directo, ópera, etc.
Artes Visuales	Pintura, escultura, fotografía
Expresiones culturales tradicionales	Artesanías, festivales de arte y celebraciones
Patrimonio cultural	Museos, bibliotecas
Diseño	Interior, gráfico, moda, joyería y juguetes

Fuente: (Industrias culturales latinoamericanas y su aporte al desarrollo social, 2018).

Así las cosas, las Industrias Culturales están compuestas por actividades que ofertan bienes y/o servicios que se sustentan en la dimensión artística y creativa de los pueblos y que se pueden reproducir y difundir masivamente, a su vez que están relacionados profundamente con la cultura. Estos productos de la cultura se caracterizan porque poseen un valor per-se, de gran valía en la escala de valores sociales, y satisfacen necesidades superiores, si se le compara con otras necesidades de los seres humanos (Monsalve, 2006).

1.1. Economía Naranja: Industrias Culturales y Creativas en Colombia

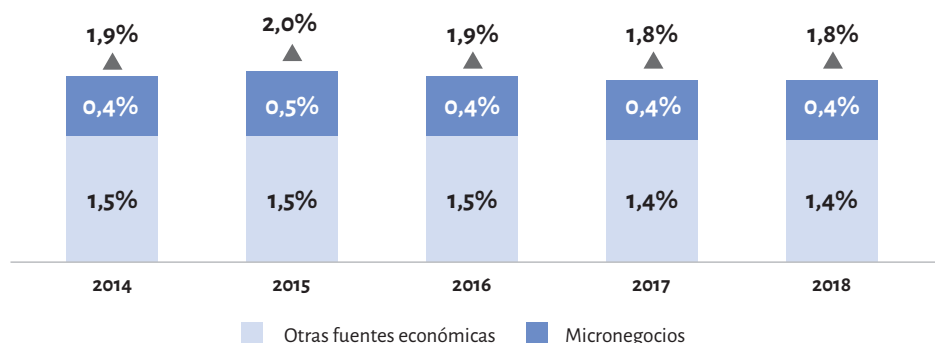
En Colombia, las industrias culturales y creativas se enmarcan dentro del concepto de Economía Naranja, la cual incluye a los sectores de actividad organizada cuyo objeto principal es la producción o reproducción, así como la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial (UNESCO, 2009). Desde el Ministerio de Cultura se ha venido fortaleciendo los mecanismos para permitir la creación de productos y emprendimientos, que mediante estímulos (ya sean financieros o educativos), permitan el desarrollo de una industria cultural y creativa competitiva.

Este modelo que se basa primordialmente en la preservación de la propiedad intelectual, divide la economía creativa y cultural en tres categorías, las cuales son:

- **Artes y patrimonio** (Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, educación en artes, cultura y economía creativa)
- **Industrias Culturales** (editorial, fonográfica, audiovisual)
- **Creaciones Funcionales** (medios digitales, software de contenidos, diseño, publicidad)

Este tipo de economía representó en el año 2018 un 1,8% del PIB nacional, manteniendo las mismas proporciones porcentuales que el año anterior, pero con un comportamiento decreciente en los últimos años (Ilustración 1).

Ilustración 1. Comportamiento del PIB 2014–2018 para industrias creativas



Fuente: DANE - Ministerio de Cultura, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja CSCEN.

Por otra parte, entre 2016 y 2018, se evidenció una mayor participación de parte de las Industrias Culturales en el marco de las Economías Naranjas en Colombia; así, el último año de análisis representó el 42,2% (Tabla 2). En contraste, las Artes y Patrimonio presentaron la menor participación (23,6%), concepto que engloba los siguientes productos:

- Artesanías, antigüedades, lutería y productos típicos.
- Gastronomía.
- Museos, galerías, archivos y bibliotecas.
- Restauración arquitectónica.
- Parques naturales y ecoturismo.
- Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos.
- Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales.

Tabla 2. Valor agregado según áreas de la Cultura y Economía Naranja

Conceptos	2016		2017		2018	
	Millones	Participación (%)	Millones	Participación (%)	Millones	Participación (%)
Artes y Patrimonio	3.381.953	22,8	3.672.933	24,1	3.690.219	23,6
Industrias Culturales	6.450.737	43,5	6.313.733	41,4	6.608.525	42,2
Creaciones Funcionales	4.982.909	33,6	5.257.108	34,5	5.346.472	34,2
Valor agregado bruto	14.815.599	100	15.243.775	100	15.645.216	100

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja CSCEN.

Nota: Las series encadenadas de volumen no son aditivas. / P: Provisional.

Comparando el porcentaje de participación de las Artes y Patrimonio, con el porcentaje que deja la Economía Naranja en el PIB nacional, se evidencia que existe una baja representación de los productos asociados a esta categoría, especialmente a las artesanías. Esto, en parte, debido a la falta de recursos económicos para temas de distribución y mercadeo, ya que la mayoría de talleres artesanales son de procedencia familiar y de estructuras informales.

“La mayor parte de la producción artesanal se vende en los talleres o viviendas. Un 0,30% se vende en plaza de mercado y únicamente el 11,58% vende en otros sitios; el 0,03% de los artesanos participa en ferias artesanales y el 0,01% en forma ambulante. De igual manera, el 85,16% de la producción se vende en los municipios de origen, el 8,18% en otros municipios, y solamente el 3,45% en otros departamentos, lo que explica las grandes debilidades existentes en los procesos de comercialización” (Artesanías de Colombia, s.f.). (Hurtado, Pineda, & Vásquez, 2018, pág. 22).

1.2. Las Artesanías

La economía creativa comprende diversos sectores que tienen como insumo la creatividad y especialmente elementos esenciales de la cultura de los pueblos, unidos para generar -en el ámbito local- bienes y servicios con valor económico, pero también simbólico que puedan ser distribuidos en el ámbito global (Solórzano Gil, 2017). Esto implica que las industrias creativas o culturales armonizan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos intangibles y de naturaleza cultural (UNESCO, 2013). Gran parte de la producción cultural de los países en desarrollo es de tipo artesanal. En tal sentido, existe mayor conciencia de la importancia de las industrias culturales en el contexto socioeconómico actual, ello debido a su potencial económico y porque se han constituido como difusor de la diversidad cultural, pues se basan tanto en el talento, como en la conectividad y el legado cultural de una región. (Blanco-Valbuena, Bernal-Torres, Camacho, & Díaz-Olaya, 2018)

La artesanía hace parte de las industrias creativas por ser una expresión cultural de los pueblos, donde el saber hacer del artesano transmuta en un potencial de desarrollo, esto gracias a las formas particulares de diseño, producción y elaboración de materiales que se conjugan con la creatividad. De esta forma, la artesanía adquiere un gran valor histórico y social porque ayuda a transmitir las costumbres, historias y experiencias únicas de un territorio.

De manera general, las artesanías dentro de las industrias creativas podrían estar revisadas desde algunos enfoques teóricos. El primero de ellos es la teoría del ciclo de vida del

producto expuesta por Raymond Verno en 1960, la cual permite una explicación correcta del esquema del comercio internacional, con una pertinencia limitada para el mundo moderno, pero útil para efectos de revisar las condiciones de un producto y el mercado para la demanda de los mismos. El enfoque resulta oportuno si es asociado con las dinámicas cambiantes de los consumidores en el mercado (Hill, 2011).

La artesanía es una actividad que involucra tanto elementos técnicos, productivos, comerciales, económicos, sociales, estéticos y culturales de enorme complejidad; en consecuencia, la producción artesanal se lleva a cabo junto con otras expresiones del arte y la cultura, así como con la propia producción industrial. (Benitez, 2009). De acuerdo con la Unesco(2017), estos objetos artesanales se caracterizan por:

- i) Las artesanías son elaboradas por artesanos o artesanas, quienes trabajan totalmente a mano (esta contribución manual directa es el componente más importante del producto acabado) o con el apoyo de herramientas manuales o en algunas pocas ocasiones de medios mecánicos;
- ii) No existen límites en cuanto al uso de materias primas procedentes de recursos sostenibles;
- iii) Estos productos se sustentan en sus características diferenciadoras, que pueden ser estéticas, artísticas, creativas vinculadas a la cultura, utilitarias o decorativas, tradicionales, simbólicas, pues tienen un significado religioso o social.
- iv) Las artesanías satisfacen diversos tipos de necesidades que se asocian con otras expresiones culturales como las artes visuales, las fiestas populares y el diseño.
- v) Los compradores pueden utilizar las artesanías para el autoconsumo individual o colectivo, otros para comercialización, bien sea para el mercado turístico e incluso para el internacional, atendiéndolo por medio de la exportación.
- vi) Los productos artesanales constituyen también una forma de difusión de conocimiento, perpetuando los valores culturales entre las generaciones.
- vii) Asociarse con un consumo cultural diferenciado de los estándares del mercado de objetos industriales, cuyos consumidores son coleccionistas, aficionados a la artesanía y el arte (Benitez, 2009).

1.3. Algunas cifras de la importancia del Sector de las Artesanías

Enrique Roncancio citado por Rivas (2018, pág. 81) afirma que “la Artesanía es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales” y que por tanto, estos objetos artesanales llevan consigo un alto valor cultural que los convierte en piezas únicas, en las que el artesano les brinda la identidad y por tanto están cargadas de su creatividad. Así las cosas, hoy, la artesanía se percibe como una actividad productiva y económicamente rentable para un gran número de personas.

Ahora bien, el informe de la *United Nation Conference of Trade and Development (2016)* refleja que las tendencias en el comercio internacional de las Industrias Creativas presentan un comportamiento positivo. En primera instancia, la tasa de crecimiento anual de la economía creativa mundial mantuvo un promedio anual de 7,34%, durante el período comprendido desde 2003 hasta 2015; el diseño, las artes visuales, *las artesanías*, los nuevos medios y la publicación mostraron mayor dinamismo en el comercio internacional. En cuanto a las importaciones mundiales de bienes creativos aumentaron de US\$227 mil millones en 2002 a US\$454 mil millones en 2015, especialmente en economías desarrolladas, particularmente en Europa y América del Norte, importadores de artículos de diseño, nuevos medios y artesanías. Específicamente con relación a las artesanías:

- El comercio internacional de artesanía artística ascendió a US\$35 miles de millones en 2015. Este mercado está expandiéndose, las exportaciones mundiales aumentaron de US\$19.9 mil millones en 2002 a US\$35 mil millones en 2015 con una tasa de crecimiento anual promedio del 4,42 por ciento.
- Las artesanías continúan ocupando un lugar importante en la industria creativa. Los productos con mayor penetración en los mercados mundiales incluyen alfombras, artículos para celebraciones, artículos varios, hilados y artículos de mimbre.
- Los diez (10) principales países exportadores mundiales de la economía creativa, para el año 2015, en su orden fueron: China, Turquía, Hong Kong (China), India, Bélgica, Estados Unidos, Taiwán (provincia de China), Alemania, Países Bajos e Italia.
- Los diez (10) principales exportadores de *artesanías*, de los países en desarrollo para 2015, son China, Turquía, Hong Kong, India, México, Taiwán, Pakistán, Arabia Saudita, El Salvador y Brasil. *El Salvador*, Turquía y China tienen las tasas de crecimiento anual más altas seguidas por Pakistán e India en términos de exportaciones de *Artesanías* o arte manual.

Para el caso de Colombia, Artesanías de Colombia (2016) identificó que esta nación es el productor líder de caña flecha a nivel mundial, lidera la manufactura de artesanías con este material, además estableció oportunidades en 23 mercados para los exportadores colombianos, principalmente de los países europeos mencionando -entre otros- a España, Holanda, Francia, Alemania, Grecia e Italia. Por otra parte, existe un interés en algunos países asiáticos y persiste la demanda continua de Estados Unidos, así como nuevas posibilidades con los mercados cercanos de Aruba, Bolivia, Brasil y Costa Rica. Estos países demandantes de productos artesanales valoran la técnica, el diseño y la creatividad del artesano, además de preferir productos que den cuenta de la exclusividad y originalidad; en tal sentido prefieren artículos tradicionales, étnicos o indígenas, contemporáneos, modernos y globales, éstos últimos implican la fusión de lo contemporáneo con lo indígena. El ciclo de vida de estos productos es de solo seis meses y un factor que puede limitar la imitación de productos es la renovación de diseños.

Colombia, es un país que en el 2019 se posicionó en el puesto 25 (entre 140 economías a nivel mundial y el tercero a nivel de Sudamérica) en el pilar de recursos culturales y en el puesto 19 en el pilar de recursos naturales, de acuerdo con la medición del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (MinCIT, 2019). En otras palabras, posee grandes recursos en materia cultural que lo sitúan como un gran candidato, poseedor de una ventaja competitiva frente a países de la región, determinando sus productos potenciales. La mayor concentración de población artesanal se encuentra ubicada en los departamentos de Nariño (14,34%), Sucre (10,06%), Córdoba (9,34%), Boyacá (8,43%), Cesar (6,95%), Atlántico (6,52%) y Tolima (5,15%). Además, se considera como la principal actividad en varias comunidades y se transmite de generación en generación; como en el caso de las zonas indígenas (Artesanías de Colombia, s.f.).

En la Región Caribe, sólo sumando cinco departamentos -Córdoba, Sucre, Bolívar, Atlántico y La Guajira-, se integra una de las ofertas artesanales más representativas de Colombia, destacan productos como las mochilas Wayúu, el sombrero vueltiao y las máscaras del tradicional Carnaval de Barranquilla.



Capítulo 2. ■
Metodología

Capítulo 2. Metodología

La presente investigación es de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) y empleó técnicas de investigación participativa. En tal sentido, la investigación es de tipo descriptiva, ya que seleccionó características fundamentales de la población artesanal de la Región Caribe, las describió, analizó, las comparó con los datos a nivel nacional y propuso estrategias a seguir.

Este proyecto de investigación sigue un diseño metodológico que incluyó las siguientes fases:

Etapas 1. Análisis externo: En esta etapa se revisaron diferentes fuentes de información secundarias que incluyen Artesanías de Colombia, estudios previos sobre el tema y se consultaron los datos para el sector de artesanías; con el fin de determinar las variables que se están tomando en cuenta en los mercados al momento de elegir las artesanías y de realizar los análisis propuestos por Porter (2008) y el PESTAL para determinar la competitividad y factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que permitan definir las oportunidades del mercado para este sector.

Los resultados de este análisis se encuentran en el capítulo 3 de este libro.

Etapas 2. Análisis interno: Dado que en esta etapa se requería realizar un análisis de las capacidades de las asociaciones se acudió a revisar bases de datos que permitieran detectar cuáles eran las organizaciones con las cuales estableceríamos contacto, el número de unidades que se encuentran registradas en la Cámara de Comercio, es muy reducido, dado el nivel de informalidad del sector artesanal. Por tanto, se decidió realizar el recorrido de acuerdo con la información en el SINIC y el Directorio de Artesanías de Colombia, ello motivado a la exigencia de esta última institución de la asociatividad.

La prueba piloto se inició en los departamentos de Sucre (Morroa, Colosó, Sampués) y Córdoba (Tuchín, San Andrés de Sotavento, Chinú), en donde nos compartieron la información de que desde Artesanías de Colombia ya se estaba realizando una caracterización. Por esta razón, solo se realizó una evaluación de la capacidad organizacional con 107 asociaciones de estos dos departamentos.

En consecuencia, se tomaron los resultados obtenidos por el estudio de Caracterización de Artesanos realizado por Artesanías de Colombia para los departamentos objeto de estudio.

La metodología utilizada para el segundo recorrido fue con entrevistas semi-estructuradas. Esta ruta de trabajo partió de Cartagena, pasando por Usiacurí, Galapa, Santa Marta, hasta llegar a Riohacha en La Guajira y luego bordeando la Sierra Nevada de Santa Marta, devolverse utilizando la ruta hacia Valledupar, Pueblo Bello, Ataquez y de allí hacia Bolívar (Mompox, Magangué, Cascajal y San Jacinto).

Los resultados de este análisis se encuentran en el capítulo 4 de este libro.

Etapa 3. Diseño de estrategias: Para el proceso de elaboración de estas estrategias se partió de los análisis previamente realizados, los cuales se condensaron en el capítulo 3.5 titulado *Análisis de los desafíos del sector artesanal para un desarrollo sostenible*, capítulo en el que se fragmentaron esos retos en dos categorías, la primera vista desde las instituciones de apoyo; y la segunda, los retos organizacionales para que el sector artesanal sea competitivo. Además, se construyó una Matriz DOFA que consolidó toda la información.

Ante el mapa panorámico de la realidad artesanal se procedió a diseñar estrategias para pensar en el desarrollo, el crecimiento, fortalecimiento del sector artesanal. Los resultados de este análisis se encuentran en el capítulo 5 de este libro.

En concreto, el modelo metodológico utilizado se fundamentó en la revisión documental de obras de diversos autores e instituciones de referencia, que abordan las artesanías, los significados, tipificación, uso y las condiciones del mercadeo en cuanto a la posible necesidad de los usuarios que la adquieren, así como la oferta y demanda del mismo; lo anterior confrontado con visitas de campo en el territorio objeto de estudio, que permitieron describir las condiciones de mercadeo internas y externas de las organizaciones solidarias, alrededor de los productos artesanales.



Capítulo 3. ■

Análisis del entorno en la industria de la Artesanía

Capítulo 3.

Análisis del entorno en la industria de la Artesanía

La clasificación ocupacional de los oficios artesanales en Colombia, según **líneas de producción** por sectores más representativos, son madera, cuero, tejeduría, metales, vidrio, cerámica, alfarería, productos lúdicos, estampado y pintura en tela, trabajos decorativos, trabajos líticos, procesos y técnicas intermedias. (Artesanías de Colombia, 2012).

Ahora bien, los procesos productivos artesanales **por oficios** describen labores como carpintería, ebanistería, calado, talla, marquetería, tornado, trabajos en pauche, bambú, barniz, enchapado en tamo, taracea, grabado, trabajos en tagua, curtiembre o tenería, marroquinería, talabartería, decoración de cuero, encuadernación, tejeduría en telar, tejidos, bordados, aplicaciones en tela, costura o confección, cordelería e hilandería, estirado, torcido y trenzado a mano, cestería, sombrerería, mimbrería, fundición, forja, metalistería, orfebrería, platería, joyería, bisutería, vidriera, vitralería, alfarería, cerámica, muñequería, juguetería, parafernalia, pirotécnica, dulcería, instrumentos musicales, cerería y estampado. (Artesanías de Colombia, 2012).

La diversidad en términos de producción, no permite clasificar a las artesanías en un solo sector en la economía colombiana. De acuerdo con los resultados definitivos de la Encuesta Anual Manufacturera – EAM- de 2017,

Los 8.2142 establecimientos industriales de los que se obtuvo información ocuparon un total de 717.651 personas, de las cuales 587.343 fueron contratadas directamente por las industrias (425.349 permanentes y 161.994 temporales directos), 105.731 a través de agencias especializadas en servicios de suministro de personal; 22.084 aprendices y 2.493 propietarios, socios y familiares. Por otra parte, estos establecimientos registraron una producción bruta de \$243 billones, un consumo intermedio de \$155,3 billones y un valor agregado de \$87,6 billones (DANE, 2018, pág. 5).

En la clasificación, según la EAM del sector manufacturero, registrada en el boletín técnico del 2017, pudieran estar relacionados con la representatividad artesanal las siguientes descripciones de actividades: *fabricación de productos textiles, confección de prendas de vestir, curtido, fabricación de artículos de viaje, fabricación de muebles y en la división 32 CIIU Rev. 4 A.C, otras industrias manufactureras*. Sin embargo, no se muestra una revisión detallada de la influencia directa del sector artesanal en la composición general de esta medición; existen también en el informe algunos datos como que la producción de “artículos de punto y ganchillo”, está dentro de los menores coeficientes técnicos de insumo-producto¹ con un 45, los de madera junto con otros que no son artesanales y los de Joyería, Bisutería y Artículos Conexos con un coeficiente de 39,2. (DANE, 2018).

3.1. Análisis PESTAL

3.1.1. Aspecto Político

Desde Artesanías de Colombia, en 2013 se puso en marcha un proyecto de ampliación de cobertura demográfica y geográfica, con el propósito de cofinanciar iniciativas que le apunten al “fortalecimiento de la competitividad de la actividad artesanal en Colombia” (Artesanías de Colombia, 2018, pág. 1). El programa tuvo una vigencia de 6 años, con fecha de vencimiento en 2019. A septiembre de 2018 algunos de los resultados fueron, la firma de 6 alianzas formales con entes territoriales y organismos locales, la ejecución de proyectos que han recibido financiación y cofinanciación para el desarrollo de actividades artesanales en 23 departamentos del país, donde se han atendido 5.633 artesanos beneficiarios, se destaca también las capacitaciones en las diferentes áreas de las cadenas de valor artesanal, así como la realización de mesas departamentales como “apoyo local de la actividad artesanal” (Artesanías de Colombia, 2018, pág. 1). Estas acciones se han ejecutado a través de los laboratorios de Innovación y Diseño, programa que busca consolidar “las competencias humanas, productivas, técnicas, empresariales y comerciales de las comunidades con mayor vocación artesanal del país, con un énfasis en la identidad, el diseño, la calidad y la innovación aplicada a los procesos productivos y a los productos” (Artesanías de Colombia, 2020, pág. 29).

De las mesas de trabajo se presentan conclusiones y acciones a realizar por departamentos, en ellas, además de los artesanos del territorio, también participan la Superintendencia de Industria y Comercio, el Ministerio de Cultura, Vice Ministerio de Turismo y el Departamento Nacional de Planeación. En el documento *Conclusiones de las Mesas de Trabajo Regionales de Artesanías de Colombia* (2018) se encuentra el detalle de dichas acciones, como elementos comunes se destacan elementos como la necesidad de fortalecer la cadena de valor y las opciones para comercializar los productos artesanales, la ejecución de

1. El coeficiente técnico insumo - producto de la industria, es la relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta.

proyectos para el relevo generacional en las comunidades de artesanos y con ello la valoración del patrimonio cultural inmaterial, el diseño de estrategias que permitan unir las artesanías a sectores como el turismo, de tal forma que se fomenten al mismo tiempo (Tabla 3).

De acuerdo con lo anterior, se observa que son de carácter diverso las intervenciones de los entes gubernamentales, ello debido a la heterogeneidad en las necesidades de los artesanos, así como al desarrollo de la actividad artesanal, pero incluso más importante debido a las diferentes visiones de la importancia que puede tener este sector para el desarrollo del territorio.

Tabla 3. Conclusiones acordadas en las mesas departamentales para la región Caribe

Departamento	Conclusiones
Atlántico	<ul style="list-style-type: none"> El departamento debe continuar con proyectos que fortalecen la cadena de valor. Las unidades productivas necesitan acceder a nuevas oportunidades comerciales, por ello es importante incrementarlas. La comunidad artesanal solicita que se mejore la participación en eventos regionales y locales.
Bolívar	<ul style="list-style-type: none"> Las conclusiones para Bolívar versaron sobre unas reuniones que se deben realizar entre diferentes entidades para tratar temas relacionados con: Desarrollo Humano y Comercialización, Turismo comunitario y apoyo al sector artesanal.
Córdoba	<ul style="list-style-type: none"> El departamento debe formular y llevar a cabo proyectos que permitan se haga un relevo generacional en las comunidades de artesanos, para de ese modo preservar la riqueza cultural del territorio. Una vez más se destaca que deben presentarse más opciones para comercializar los productos artesanales.
Sucre	<ul style="list-style-type: none"> La comunidad solicita que se siga apoyando el proceso para volver a activar una marca colectiva a los artesanos que residen en el municipio de Morroa. La artesanía no es un sector aislado, por ello se considera importante y de provecho para el sector entrelazar acciones con el turismo, lo cual se podría realizar por medio de proyectos en alianza con la Gobernación de Sucre. Con el fin de ofrecer productos de mejor calidad en el municipio se solicita llevar a cabo proyectos que le apunten a ese objetivo.
Guajira	<ul style="list-style-type: none"> Con el fin de definir una visión de territorio sobre el sector artesanal se llegó al acuerdo de realizar reuniones de trabajo continuamente entre entidades de interés para llegar a esta visión compartida.
Magdalena	<ul style="list-style-type: none"> La Cámara de Comercio de Santa Marta tiene interés en hacer parte del Laboratorio del Magdalena, pero no sólo de ellos, sino también de otras entidades. Sin embargo, por parte de Artesanías de Colombia se debe indicar de qué manera se puede lograr, en el marco de seguir apuntándole a los procesos de fortalecimiento artesanal.

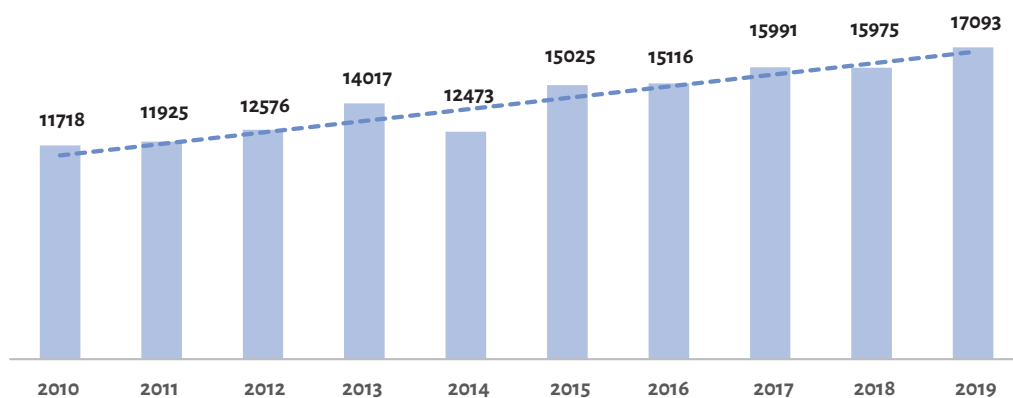
Fuente: Elaboración propia con base en el documento *Conclusiones de las Mesas de Trabajo Regionales de Artesanías de Colombia*.

Por otro lado, con la aparición de la Ley Naranja, Ley 1834 del 2017, se ofrece un amplio número de oportunidades al fortalecimiento, desarrollo y crecimiento del sector artesanal en Colombia. Si bien esta ley se institucionaliza en 2017, desde 2013 ya daba cuenta de la importancia de las industrias creativas en la economía colombiana, teniendo para esa fecha una participación del 3,3% en el PIB del país (Ministerio de Cultura, 2014). Dentro de los resultados del primer consejo se destaca la ley de financiamiento y los beneficios, se espera que el congreso apruebe, para que haya una extensión del impuesto de renta por 5 años para los emprendimientos digitales y culturales que se den en el marco de la economía naranja (Ministerio de Cultura, 2018), en ese sentido los negocios desarrollados en la artesanía gozarían también de estos beneficios.

3.1.2. Aspecto Económico

La feria más importante a nivel nacional de artesanía se llama Expoartesanías. El valor de las ventas de esta feria a corte de diciembre de 2017 fue de \$15.991 Millones, que a comparación con los \$11.718 millones del 2010, reflejaron un aumento del 36 %, entre estos dos periodos, para un total de ventas de \$108.791 millones durante los 8 años (Ilustración 2) (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018). Para el año 2019, esta feria realizó su vigésima novena edición, a la cual asistieron casi 83.000 visitantes y se obtuvieron registros de más de \$17.000 millones en ventas, ello significó un incremento de 7% en ventas directas, con respecto al año inmediatamente anterior. (Artesanías de Colombia, 2019)

Ilustración 2. Ventas Feria Expoartesanías (2012-2019) (cifras en \$millones)



Fuente: Elaboración propia con base en (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018)

En el 2020, ante el nuevo panorama económico causada por la emergencia sanitaria gracias al COVID 19, la edición número 30 de Expoartesanías se ha transformado y por primera vez se realizará en formato digital. Esta iniciativa digital promueve la reactivación de la comercialización artesanal brindando apoyo a los artesanos cuya variedad de productos estarán al alcance de todos los compradores a tan solo un solo un clic de distancia.

Por otra parte, en cuanto a la compra y venta de artesanías en eventos de interés mundial, Colombia también presentó un balance positivo en el período Julio 2017 a junio 2018. Las ciudades en las que Artesanías de Colombia estuvo presente en el año 2017 fueron: Vietnam (Semana de la Alianza del Pacífico), París (Temporadas cruzadas: Food Temple, Exposición Macrorueda Europa, Second Square Colombia) y Madrid (Latin Curated). Durante el año 2017, segundo período y primer período del 2018 Artesanías de Colombia participó en 35 eventos, 30 de ellos en diferentes ciudades del país y 5 eventos internacionales (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018). Durante el segundo semestre de 2017, a través de las vitrinas promocionales y los canales de venta institucional, la institución logró ingresos por ventas por un total de \$3.087,2 millones, un 70,4% de los alcanzados durante toda la vigencia (Tabla 4).

Tabla 4. Asistencia a eventos y características-Julio 2017-Junio 2018

Feria y lugar 2017	Valor vendido- Características
Folk Art- Nuevo México (USA)	61.913 USD Ingreso directo artesanos 54.687 USD
Maison & Objet 2017-París (Francia)	No reportado
HOMI- Milán (Italia)	No reportado
Food Temple- Carreau du Temple (Francia)	No reportado (sabores y oficios ancestrales)
Las Manos del Mundo y XV Festival de las Artesanías de América	No reportado Atención a grupos étnicos
Sabor Barranquilla	\$21 millones
Bogotá Artesanal	\$75,8 millones
Feria y país (I período 2018)	
III Encuentro Internacional de Arte Popular-Guanajuato (México)	Enfoque a moda y joyerías: de la costa se destacan tejeduría wayuu, filigrana y werrengue, Iraca (Usiacurí Atlántico), Tejeduría en Caña Flecha, Zenú (Tuchín)
Semana de Colombia en México – Claustro de Sor Juana	\$16,2 millones Tejeduría Wayúu (La Guajira); Tejeduría en Palma de Iraca, Usiacurí (Atlántico)
Participación Institucional en ANATO	Exhibición y venta de artesanías enfocadas al sector turístico y hotelero \$4,1 millones
Participación en FICCI (Festival Internacional de Cine). Cartagena (Colombia)	\$1.3 millones Promoción y divulgación a través de la ambientación de espacios del evento.
Macro rueda 70. Bogotá (Colombia)	Exhibición y venta de producto artesanal tipo souvenirs para compradores internacionales asistentes.
Participación Institucional en reunión de año de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa). Medellín (Colombia)	Asistencia de más de 7 países \$6,4 millones
Bogotá Fashion Week (Colombia)	Ambientación de producto artesanal, charla y ventas en Pop Up store del mismo. 1,03 millones
Participación en Feria Manos de Oro. Popayán (Colombia)	Participaron 10 de las 20 comunidades atendidas. \$35,3 millones.
Feria expo artesanal-Armenia (Quindío)	Ingresos para los artesanos por un total de \$46,5 millones
Primer Mercado de Artesanías con Denominación de Origen-Claustro de las Aguas (Bogotá)	\$31 millones 11 productos artesanales y 3 agroalimentario

Fuente: Adaptado por los investigadores a partir del Informe al Congreso 2018, Sector Comercio Industria y Turismo

3.1.3. Aspecto Sociocultural

El desempleo sigue siendo un reto importante por superar en Colombia, a diciembre de 2018 la tasa de desempleo terminó en 9,7%, siendo la más alta en los últimos siete años, igualando casi a la de diciembre de 2011 que fue de 9,8% (DANE, 2018). Una de las estrategias que desde diferentes organismos gubernamentales y no gubernamentales se han tomado para hacer frente a estas cifras y fomentar el emprendimiento en los territorios, es la formación en educación para el trabajo, la cual tiene ciclos cortos de enseñanza y da las competencias para desempeñarse prontamente en el *hacer*.

Dentro de la oferta académica de educación para el trabajo se encuentran los cursos, carreras técnicas y tecnológicas que enseñan a adolescentes, jóvenes y adultos a realizar artesanías. Esto desde la visión de generación de capacidades y empoderamiento de las comunidades – especialmente de las mujeres, quienes en mayor medida participan de este tipo de capacitaciones – es una fortaleza y genera oportunidades para que surjan nuevos negocios y, por ende, nuevas fuentes de generación de ingresos. No obstante, a la luz de los artesanos que por herencia familiar y cultural han recibido de sus antepasados el conocimiento para la elaboración de sus artesanías, preservar su cultura y obtener su sustento económico, se convierte en un detrimento del valor cultural que posee la artesanía.

Según menciona Navarro-Hoyos (2018)

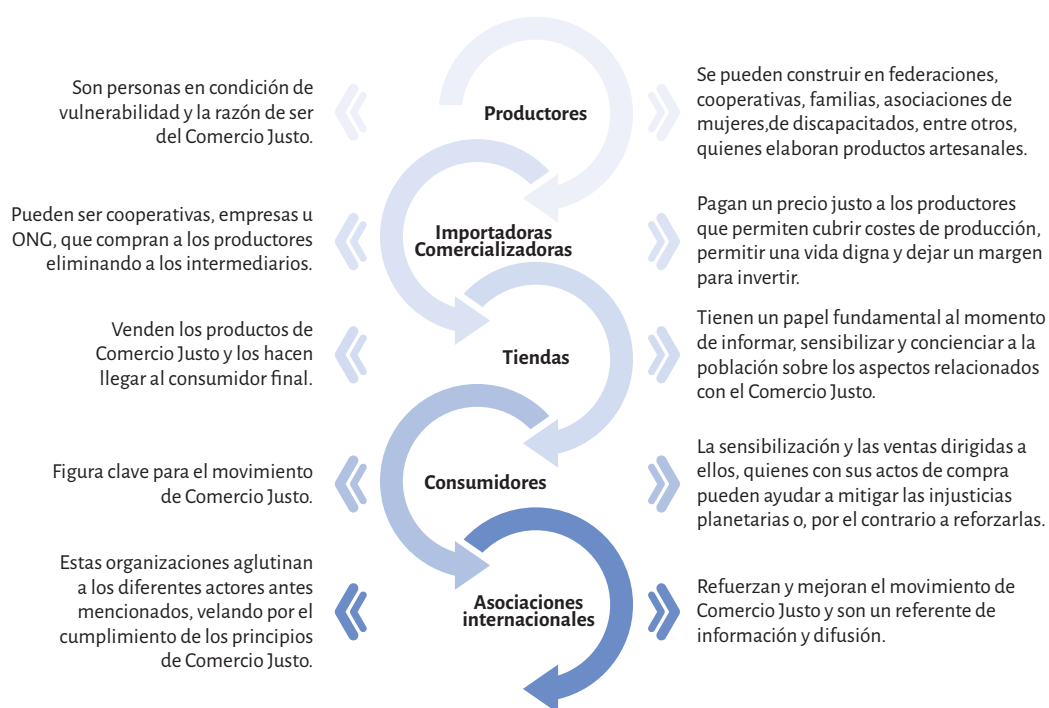
...la artesanía está dotada de todas las cualidades necesarias para considerarse una industria pujante. El concepto de industria cultural nos lleva a pensar en la artesanía como un bien de consumo masivo, lo que no está mal desde el punto de vista económico por el beneficio que puede tener su fomento al interior de las sociedades productoras. Sin embargo, hay que prestar atención a no olvidar el componente cultural de la artesanía (pág.24).

Con relación a la cita anterior, si se hace referencia a la artesanía como un “bien de consumo masivo” su potencial para generar ingresos es evidente, prueba de ello es que año tras año los ingresos por ventas han venido incrementándose -de acuerdo con los registros de Expoartesanías-. Esas cifras son alentadoras y justifican que se impartan cursos de artesanía contemporánea, moderna, indígena para que las comunidades más desfavorecidas encuentren en la artesanía un modo también de vida. Dentro de todo esto, la amenaza latente es que se pierde la identidad cultural de los territorios que por años han elaborado artesanías, ya que cualquier persona al tomar un curso puede aprender a hacer determinadas artesanías, careciendo de un valor cultural e histórico.

Sumado a lo anterior se destaca la preocupación que están teniendo diferentes actores porque los beneficios del sector artesanal lleguen a los artesanos y no se queden mayormente

en los comercializadores, en ese sentido, han surgido acuerdos que orientan el comercio con este tipo de características, como es el caso de la Guía de Comercio Justo para Artesanos y Artesanas de América Latina cuyo “objetivo es alcanzar que el proceso productivo y comercial genere un impacto social en el seno de las economías locales” (pág. 24), para lo cual se establecen responsabilidades a cada uno de los actores de la cadena del Comercio Justo (Ilustración 3).

Ilustración 3. Responsabilidad de los actores en la cadena de valor artesanal



Fuente: Elaboración propia a partir de información tomada de Guía de Comercio Justo para Artesanos y Artesanas de América Latina.

Se resalta el papel de los consumidores de artesanías, quienes hoy día son personas más conscientes del valor cultural e histórico de las artesanías y se interesan porque los principales beneficiarios de este oficio sean realmente sus protagonistas, los artesanos. El deseo de los compradores por conocer la historia de quiénes realizan las artesanías y de vivir una inmersión cultural de la mano de los artesanos ha conllevado a la creación de rutas turísticas con estas características, ejemplo de ello son los 17 pueblos patrimonio que ofrecen rutas artesanales, con el propósito de que los turistas tengan una experiencia “práctica, didáctica y artesanal” (Artesanías de Colombia, 2014, pág. 1). De estos 17 municipios, 3 se encuentran ubicados en la Región Caribe: Santa Cruz de Mompos en Bolívar, Ciénaga en Magdalena y Santa Cruz de Lorica en Córdoba.

3.1.4. Aspecto Tecnológico

En 1998 el entonces Ministerio de Desarrollo Económico y Artesanías de Colombia realizó el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal, con el objetivo de contar con información estadística que le permitiera medir cómo se estaba comportando el sector y a partir de allí formular políticas que respondieran a las necesidades encontradas y se aprovecharan también las oportunidades identificadas. Para ese momento los departamentos que actualmente hacen parte de la Región Caribe como Córdoba, Sucre, Cesar y Atlántico se encontraban dentro de las regiones que concentran la mayor parte de la población artesanal, con un 32,87% del total de la población (Ministerio de Desarrollo Económico y Artesanías de Colombia, 1998).

Para ese entonces, los oficios más importantes dentro de la artesanía eran la tejeduría, la madera y la cerámica, con participaciones del 57,52%, 13,4% y 7,37%, respectivamente. A su vez la forma en cómo se procesaba la producción artesanal se hacía completamente manual, en un 24,41% y otro 57,10% lo hacía con herramientas sencillas, 14 años más tarde, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Artesanías de Colombia vuelve a realizar un estudio en el que caracterizan el sector artesanal en Colombia y encuentran que “el proceso tecnológico actual de producción artesanal se fundamenta en operaciones manuales y uso de herramientas relativamente simples” (MinCultura y Artesanías de Colombia, 2012, pág. 48).

Estos hallazgos indican que a pesar de que haya pasado más de una década la producción artesanal sigue concentrando herramientas con poco avance tecnológico, hecho que debe ser visto en dos sentidos, por un lado, el bajo nivel tecnológico de las herramientas afecta la productividad de aquellas artesanías que en su proceso de producción requieren de dichas herramientas, y, de otra parte, en las creaciones artesanales donde el valor agregado radica en la operación manual, su incidencia es poca.

No obstante, los avances tecnológicos en la artesanía no se refieren únicamente a la maquinaria que se usa, también juega un papel importante el acceso a los servicios públicos, según Artesanías de Colombia (2012) el sector artesanal tiene un déficit en esta materia, de acuerdo con estimaciones se tiene que:

- El 15% de los artesanos no accede a ningún tipo de servicio público, lo cual afecta tanto la calidad de la producción, como la calidad de vida de los artesanos y las condiciones en las que desarrollan su trabajo.
- El 21,67% presenta usencia de energía eléctrica, limitando con ello el uso de herramientas que utilizan este tipo de energía y que se podrían incluir en el proceso productivo para dinamizarlo.
- La insuficiencia del servicio telefónico se extiende hasta el 91% de los artesanos, limitando la comunicación para acceder a medios de comercialización, servicios financieros, entre otros.

Si se revisan las cifras anteriores es posible que a estas alturas haya mejorado el acceso a servicios públicos, pero -sin lugar a dudas- donde se han dado mayores avances es en el acceso al servicio telefónico, el cual ha venido de la mano con las redes sociales. Éstas cada vez están cobrando mayor importancia en diferentes medios y en este particularmente se posiciona como una herramienta de la que los artesanos hacen uso para dar a conocer su trabajo, vivencias y cultura, con el fin de poner en valor su arte y con ello incentivar a la compra.

Por otra parte, los medios tecnológicos también sirven de influencia para las artesanías, por ejemplo, el internet, la televisión, los libros, así como las festividades y celebraciones que se realizan en el país. Ellas son un puente no sólo para incentivar la promoción y venta, también lo son para buscar inspiración y proponer artesanías que combinen tendencias del momento con los distintos tipos de artesanía.

En ese sentido, algunas artesanas de tejeduría Wayuu expresan:

“...siempre hago paisajes, hago un árbol, animalitos; los pinto yo, o lo veo en imágenes de libros, o internet y empiezo a bordarlo... con paisajes de aquí de la tierra o con un nombre. Un paisaje, una enramadita, los chivitos, con el trupillo, la tierra seca, el fogón, el chivito, el cactus... el yotojoro, que es la varita que sacan del cactus que se usa para hacer los techos de las casitas o de los ranchos” (Entrevista noviembre 22 de 2016), (Artesanías de Colombia, 2016, pág. 19).

“la selección Colombia tienen influencia, también los equipos de fútbol, por ejemplo” (Grupo Focal con artesanas wayuu, noviembre 8 de 2016), (Artesanías de Colombia, 2016, pág. 19).

Los ejemplos anteriores muestran sólo algunos casos de cómo la proliferación del internet y las nuevas tecnologías de la información han llegado hasta los artesanos, incidiendo en los diseños de las artesanías que elaboran y dando como resultado que, en ocasiones, sus saberes ancestrales se fusionen con la “cultura contemporánea” para dar paso a nuevos diseños que, manteniendo la tradición cultural, respondan a los deseos, expectativas y necesidades de los clientes.

Otro tema que es importante traer a colación al hablar del aspecto tecnológico en las artesanías es el proyecto *Ampliación de Cobertura Geográfica y Poblacional* operado por Artesanías de Colombia, el cual se ha venido realizando desde 2013 con el objeto de “generar y fortalecer” las prácticas artesanales de los 32 departamentos del país y de Bogotá, con la puesta en marcha de los Laboratorios de Diseño e Innovación, cuyos servicios están enfocados en brindar asesorías técnicas en temas de desarrollo humano, diseño, producción y comercialización, y asesorías puntuales en diseño y desarrollo de producto, así como la gestión para la implementación de proyectos en el fortalecimiento de la actividad artesanal (Artesanías de Colombia, 2018). Estos laboratorios se convierten en una oportunidad para los

artesanos del país y por supuesto para los de la región Caribe, dado que les permite aprender y desarrollar técnicas para mejorar sus capacidades en diseño y elaboración de artesanías, logrando con ello ofrecer productos innovadores y con altos estándares de calidad que respondan a los requerimientos del mercado.

Finalmente, pero no menos importante al hablar de tecnología en el ámbito artesanal hay que remitirse al tema de la propiedad industrial, y más específicamente al registro de marca. En ese sentido, el 11 de enero de (2013) se firmó un convenio entre la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y Artesanías de Colombia, por medio del cual se crean los mecanismos para incentivar en los artesanos el registro de las marcas comerciales, a su vez que se definen unas tasas preferenciales para el pago de los trámites marcarios.

Posteriormente, luego de 4 años del convenio anterior y de un trabajo conjunto entre estas dos entidades llevando a cabo esfuerzos para colocar en marcha proyectos de acompañamiento y formación en busca de que los artesanos pudieran realizar más fácilmente los “registros en materia de diseños industriales, signos distintivos, marcas colectivas”, en noviembre de (2017) se firmó un nuevo convenio con una vigencia de dos años que persigue los mismos fines de protección a la propiedad industrial, pero que contempla otros beneficios, como una menor tasa para los artesanos, quienes por primera vez soliciten “un registro de diseño industrial, marca de producto o servicio, marca de certificación y marca colectiva” (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017). También se contempla un apartado de Diseños Industriales y se crea la opción “Multimarca”, donde por el mismo valor se pueden registrar bajo la misma marca productos que pertenecen a diferentes categorías tales como cerámica, cuero y tejido (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017).

3.1.5. Aspecto Ambiental

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia (2005), mediante resolución 1555 puso en marcha la implementación del *Sello Ambiental Colombiano*, con el fin de promover la producción de bienes que respondieran con las características ambientalmente sostenibles y servicios ecológicos, para que productos y servicios tuvieran las condiciones de competir en mercados nacionales e internacionales. (2005)

La *Etiqueta Ecológica* es el reconocimiento a las organizaciones que cumplan con los requisitos de dicha resolución. Para su obtención, se postulan de manera voluntaria aquellas organizaciones interesadas en mandar un mensaje de responsabilidad con el medio ambiente y con ello obtener alguna ventaja competitiva. Este sello cubre una amplia categoría de productos que se enmarcan dentro de su apuesta, particularmente en las artesanías se encuentran los siguientes:

- NTC5517: Criterios ambientales para embalajes, empaques, cordeles, hilos, sogas y telas de fibras de fique.
- NTC 5911 – SAC Artesanías y otros productos del diseño, elaborados en fibras de Ene y Junco con tecnología artesanal.
- NTC 5714 - SAC Artesanías, sombreros y otros productos del diseño, elaborados en fibras de caña flecha con tecnología artesanal.
- NTC 5637 - SAC Artesanías, Manualidades, Hilos, Telas y otros productos del diseño, elaborados en fibras de fique con tecnología artesanal.

Las normas anteriores son una oportunidad para aquellas actividades artesanales relacionadas con esos temas que quieran incluir prácticas ambientalmente responsables en sus productos, lo que a su vez les permite posicionarse con una imagen más responsable ante su mercado nacional, pero sin lugar a dudas, les da muchas ventajas al momento de exportar sus productos.

Por otro lado, en 2011 Artesanías de Colombia alineada con los “objetivos mundiales de preservación del medio ambiente” abrió una nueva categoría para hacer un reconocimiento a artesanos, asociaciones, grupos u empresas de artesanías que en sus procesos productivos no afecten el medio ambiente, que demuestren prácticas de sostenibilidad orientadas a los recursos y los ecosistemas y que fomenten la preservación de especies de las que hacen uso en sus labores artesanales. Quienes cumplan estos requisitos pueden optar al premio de la Medalla de Buenas Prácticas Ambientales.

3.1.6. Aspecto Legal

En Colombia la actividad artesanal está regulada por la ley 36 de 1984, denominada *Reglamentación de la Profesión de Artesano Junta Nacional de Artesanía*, en ella el Congreso de Colombia dictó disposiciones que contemplan la definición de artesano, las categorías de artesano, la facultad concedida a Artesanías de Colombia para reglamentar y organizar el registro de artesanos independientes y las agremiaciones de artesanos. También se autorizó al SENA para crear un índice de oficios artesanales que comprende aquellas actividades que certifican la cualificación de artesanos a quienes profesionalmente desarrollen dichas labores. En el mismo orden de ideas se exponen las causales para cancelar el registro de artesanos y con el fin de exaltar la profesión artesanal se señala el 19 de marzo, como día nacional del artesano, fecha en la que también se otorga la “Medalla de la Maestría Artesanal”. De acuerdo a los tipos de artesanías los premios que se incluyeron teniendo en cuenta el

Decreto 258 de 1987 son:

- Medalla a la Maestría Artesanal Tradicional
- Medalla a la Maestría Artesanal Contemporánea
- Medalla a la Maestría de Comunidad Artesanal

Complementario a esto se creó también el Galardón al Fomento de la Artesanía, como una forma de exaltar la labor de personas o instituciones que han contribuido de forma importante al fomento, valoración y promoción del sector artesanal en Colombia, contribución que puede estar enmarcada como: opciones de investigación y valoración de la artesanía y de las expresiones culturales, el fomento a la generación de ingresos para los grupos de artesanos (Artesanías de Colombia, 2012).

En el marco de los Objetivos del Milenio -ahora Objetivos de Desarrollo Sostenible- en 2011 se creó una nueva categoría que destaca la labor de los artesanos o grupos de artesanos que al momento de elaborar sus productos son responsables con el medio ambiente (Artesanías de Colombia, 2012).

En la ley 36 también se establecen las condiciones y los términos para que los artesanos accedan al Sistema de Seguridad Social de acuerdo a la categoría de artesanos en la que cada uno se encuentra. Finalmente se crea la Junta Nacional de Artesanías, conformada por seis miembros (Tabla 5).

Tabla 5. Organismos y cargos de la Junta Nacional de Artesanías

Organismo	Cargo responsable
Ministerio de Educación Nacional	Ministro de educación o su delegado
Ministerio de Desarrollo	Ministro de desarrollo o su delegado
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA	Director o su delegado
Departamento Administrativo Nacional de Cooperativa	Director o su delegado
Agremiaciones artesanales legalmente constituidas	2 delegados titulares con sus respectivos representantes

Fuente: Elaboración propia a partir de información tomada de Ley 36 de 1984.

Tres años más tarde de entrar en rigor la ley 36 de 1984, se emitió el Decreto 258 (1987), el cual, en su primer capítulo sobre *Principios Generales* adiciona la definición de lo que se entiende por artesanía:

Para efectos legales, se entiende por Artesanía a una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico (pág.1).

El Decreto sigue haciendo referencia al aspecto de servicio en la artesanía. Se incluye también la clasificación de artesanías en tres líneas, *Artesanía Indígena, Tradicional Popular y Contemporánea*, y el último artículo del capítulo I se refiere a los talleres de artesanos.

En el capítulo II -Categorías, Requisitos y Clasificación- se incluyen los conceptos de Artesano Aprendiz (quien se inicia en el proceso de capacitación manual técnica bajo la orientación de un instructor o de un maestro artesano), Oficial (persona vinculada en forma permanente -mínimo cuatro años- a la actividad artesanal, en calidad de productor), Instructor (artesano con experiencia, capacitación, preparación manual y técnica y nociones pedagógicas que le permiten impartir conocimientos teóricos y prácticos en relación con la producción artesanal) y Maestro Artesano (persona que tiene conocimiento pleno de la artesanía en su especialidad, además posee condiciones de originalidad y creatividad en la técnica, el diseño y la producción artesanal). En este capítulo se especifican los criterios que cada uno debe cumplir para ser considerado de tal manera y para ascender en la escala de artesano.

Por último, el capítulo III, *Las organizaciones gremiales de artesanos* es un acápite adicional que contempla el reconocimiento de organizaciones gremiales de artesanos en las categorías de: empresa asociativa artesanal, asociaciones, federaciones, confederaciones y cooperativas de artesanos. En la Tabla 6 se presenta un resumen de las características de cada una de estas organizaciones artesanales.

Tabla 6. Características de las organizaciones gremiales de Artesanos

Tipo de organización gremial de artesanos	Características	
	Concepto	No. de personas para su conformación
Empresa Asociativa Artesanal	<ul style="list-style-type: none"> Forma de organización que, según sea el volumen de producción divide el trabajo de forma equitativa y especializada entre sus miembros. Además de lo anterior, se caracteriza por poseer la propiedad colectiva de los medios de producción. 	Se requiere un mínimo de 10 artesanos.
Asociación de artesanos	<ul style="list-style-type: none"> Forma de organización de primer grado, la cual reúne a un grupo de personas alrededor de su profesión, quienes definen unos objetivos claros y los consagran en unos estatutos. Es una organización sin ánimo de lucro. 	Para su conformación se necesita un mínimo de 25 socios activos.
Federación de artesanos	<ul style="list-style-type: none"> Organización de segundo grado con objetivos definidos y registrados en los estatutos de la organización. Su naturaleza es sin ánimo de lucro. 	Se solicita un mínimo de 5 asociaciones de artesanos para su creación.
Confederación de artesanos	<ul style="list-style-type: none"> Organización de tercer grado con objetivos definidos y registrados en los estatutos de la organización. Tiene cobertura a nivel nacional y su naturaleza es sin ánimo de lucro. 	Para su conformación se requiere un mínimo de 3 federaciones.
Cooperativa de artesanos	<ul style="list-style-type: none"> Es una organización de personas que se agrupan de acuerdo a unos intereses en común. Se caracteriza porque sus miembros tienen igualdad de obligaciones y derechos. Posee también estatutos propios realizados por sus miembros. 	Para su conformación se requiere un mínimo de 25 socios.

Fuente: Elaboración propia a partir de información tomada del Decreto 258 de 1987.

3.2. Análisis de las fuerzas de Porter

El estudio de las cinco fuerzas de Porter se enmarca dentro del estudio del microentorno de una organización, lo que también se conoce como análisis competitivo de la industria. Las 5 fuerzas de Porter que se presentarán a continuación son:

1. *Rivalidad entre los competidores existentes*: para entender cómo es la dinámica de la industria y de las empresas que allí compiten.
2. *Amenaza de productos o servicios sustitutos*: las empresas deben tener claro que su rivalidad en el mercado no es únicamente con aquellos que ofrecen un producto/servicio similar al suyo, es fundamental prestar atención a la oferta que existe sobre productos/servicios que si bien utilizan una tecnología diferente en la creación y ofrecimiento de su propuesta de valor satisfacen la misma necesidad.
3. *Poder de negociación de proveedores*: aquí se hace un análisis de la oferta de bienes y servicios que se reciben por parte de los proveedores y de las relaciones que se establecen entre proveedor–empresa.
4. *Poder de negociación de los clientes*: relacionado con el punto anterior, en este apartado se revisa la oferta de productos y servicios que una organización hace a sus clientes y las relaciones que se dan entre empresa–clientes.
5. *Barreras de entrada*: el hecho de que en una industria haya un mayor o menor número de competidores depende de ciertas condiciones que ésta le impone a quienes buscan pertenecer a ella. Aquí se consideran aspectos como, las economías de escala, la diferenciación del producto, los requisitos de capital, el acceso a los canales de distribución, las políticas de gobierno, entre otros.

3.2.1. Rivalidad entre los competidores existentes

Los siete departamentos que conforman la Región Caribe, Guajira, César, Magdalena, Atlántico, Bolívar, Sucre y Córdoba presentan una oferta ligeramente variada de productos artesanales, pudiendo en ocasiones competir entre sí, o con otras asociaciones, grupos, empresas o artesanos, que, si bien se encuentran en una zona geográfica diferente, elaboran artesanías con las que compiten de manera directa.

Antes de hablar cómo es la dinámica de la rivalidad entre la oferta de los diferentes departamentos y los productos que ofrecen es importante destacar que, debido a que el sector artesanal a nivel nacional es administrado por el Gobierno Nacional bajo las directrices de Artesanías de Colombia, algunos aspectos importantes que resaltan son la cooperación y promoción de buenas prácticas, buscando que los artesanos que tienen más experiencia en determinados saberes puedan orientar a aquellos grupos que están iniciando. Este

benchmarking se puede hacer entre artesanos que ofrecen un producto con características similares o entre grupos que tienen productos completamente diferentes, ello dependerá de lo que se persiga con la experiencia de cooperación. Ejemplo de lo anterior son las misiones académicas que se realizaron entre artesanas de Luruaco y Fúneque, las cuales consistieron en:

Trasladar artesanos del departamento del Atlántico, a municipios colombianos en donde se desarrolla la misma técnica artesanal con el objetivo de compartir conocimientos que se reflejen en la calidad de los productos. Así, diez artesanas del municipio de Luruaco, Atlántico, viajaron en una misión técnica y cultural al municipio de Fúquene en el departamento de Cundinamarca para intercambiar conocimientos sobre el oficio de la cestería en enea y bejuco. (Sistema de Información para la Artesanía, 2018).

Dicho lo anterior, se procede a revisar la oferta artesanal de cada departamento de la muestra a la luz de la rivalidad existente con otras regiones que poseen productos similares.

Bolívar se caracteriza principalmente por la tejeduría de hamacas y el oficio de la filigrana, actividades que se ejecutan en los municipios de *San Jacinto* y *Mompox*. También se destacan otros oficios practicados por los artesanos tales como: trabajo en hojas de tabaco, marroquinería, carpintería con técnicas de acabado como la talla en madera, cerámica y ebanistería. En uno de sus productos más representativos como es la filigrana compite con Santa Fe de Antioquia, Ciénaga de Oro, Quibdó y Barbacoas. La diferencia entre estos cuatro territorios se da por las técnicas que utilizan sus artesanos al procesar los hilos de oro y plata, pero también incide significativamente la herencia ancestral y cultural de estas poblaciones. Mompox es uno de los municipios elaboradores de filigrana de mayor experiencia en Colombia. Los antecedentes de ser un municipio con disponibilidad de metales como la plata y el oro y la “explotación de banano en los años 20”, conllevan a que en el municipio se desarrolle la joyería. Este contexto histórico hace que la filigrana momposina “evoque sutilmente la exuberante naturaleza tropical” (Artesanías de Colombia, 2016, pág. 1).

En lo que se refiere a la filigrana santafereña ésta se introduce en el territorio por españoles, quienes la aprendieron de los árabes. Dado que en la región no se tuvo influencia de los pueblos indígenas y afrodescendientes predomina la tradición orfebre de la colonia y han incluido también técnicas propias como el “nudo de hilos entorchado”, el cual da una representación única de la región. En Santa Fe también se trabaja el tallado de madera para aludir a los atractivos turísticos de la zona y para mostrar su devoción religiosa (Artesanías de Colombia, s.f.).

Por su lado en Barbacoas, municipio del departamento de Nariño, la orfebrería —oficio al que pertenece la técnica de la filigrana— se caracteriza por contar con el río Barbacoense y el oro que surge de sus playas, de un mix de orígenes africano, moro e indígena; la utilización de

técnicas como el “tejido estropajo” y la realización de tejidos que reflejan su cultura (Artesanías de Colombia, 2014). Debido a toda esa historia una de las características de la filigrana de Barbaças es la elaboración de finos cordones, y para el fortalecimiento de ello se ha trabajado desde los Laboratorios de Diseño promovidos por Artesanías de Colombia.

Ciénaga de Oro, municipio del departamento de Córdoba, tiene una particularidad con los lugares antes mencionados en cuanto a los trabajos realizados en filigrana, “debido a la presencia indígena y a la extracción de oro” (Artesanías de Colombia, 2016, pág. 1)

Tanta es la importancia de la filigrana como un producto artesanal en Colombia que en (2015) desde Artesanías de Colombia se hizo una colección y exposición de los “Maestros de la Filigrana en Colombia” cuyos protagonistas fueron los artesanos de Bolívar, Quibdó y Nariño, de los municipios de Mompo, Chocó y Barbaças.

Algunos de los espacios comunes que han compartido estas regiones al momento de comercializar sus productos son *Expoartesanía*, *Expoartesano*, *ColombiaModa*, entre otros eventos de índole regional y local donde confluyen los artesanos.

La tejeduría de hamacas en Colombia se concentra en la región de los Montes de María y en el departamento de la Guajira y el Magdalena. Las hamacas resaltan el valor de las culturas Arawak o Arahuaca y de la cultura Zenú, de donde provienen el telar vertical y la tradición textil (Artesanías de Colombia, 2018). En la zona de Montes de María, en Bolívar, el municipio característico de este producto es San Jacinto y en Sucre, en el municipio de Morroa también se lleva a cabo la tejeduría en telar vertical.

Siguiendo con el departamento de **Sucre**, otros oficios artesanales diferentes a la tejeduría en algodón y al telar vertical son la carpintería, la talabartería, la curtiembre, los tejidos de trenza en caña flecha y la cestería a partir de la iraca y la cepa de plátano (MinCultura, s.f.). En la categoría de tejido de trenza en caña flecha se destaca el Sombrero Vueltiao, una pieza que no sólo es de identidad nacional sino también internacional. Es proveniente de la Región Caribe, más específicamente de las sabanas de Sucre y Córdoba, de origen indígena asociado a la cultura Zenú. Es un producto que cuenta con denominación de origen, *Tejeduría Zenú*, otorgada en 2011 por medio de la cual se reconoce la exclusividad de esta pieza artesanal y se protege a los artesanos contra falsificaciones (ColombiaCO, 2018).

Córdoba hace su aporte al sector artesanal colombiano con productos elaborados a partir de calceta o cepa de plátano, – al igual que Sucre – de donde resulta la cestería. Se destaca también la alfarería y la cerámica con el moldeado en arcilla, la tejeduría con el trenzado en caña flecha, la talla de madera, coco, totumo, entre otros recursos naturales que se usan para realzar utensilios domésticos (Artesanías de Colombia, s.f.), y también tal como se mencionó anteriormente en Ciénaga de Oro se trabaja la filigrana. En algunos aspectos Córdoba tiene

una oferta artesanal parecida a la de Sucre, destacan también la cerámica de las tradiciones Zenúes, la talla en piedra, totumo, hueso, madera y coco, así como la talabartería (SINIC, s.f.).

La **Guajira** es una región con un alto valor de herencia ancestral, y sus productos artesanales conllevan esa misma historia. Según Artesanías de Colombia “Los principales productos artesanales que se elaboran son las mochilas, los chinchorros, las mantas, los sombreros, las waireñas, bolsos, fajas o kannas. En cuanto a la orfebrería se destacan pulseras de palitos, collares de coquito y poporos”. Las mochilas guajiras son un producto de amplio reconocimiento y atractivo en el país, aunque existe otro tipo de mochilas, todas ellas son diferentes entre sí y la técnica que da como resultado la mochila Wayuu es propia de los indígenas que han recibido esta transferencia de conocimiento en sus culturas. Otras mochilas que se destacan también del tejido en algodón, lana o hilo son las mochilas que realiza la comunidad Wiwa en San Juan del Cesar, las realizadas por los Kankuamos provenientes del resguardo indígena de Atánquez también en el Cesar, las mochilas arhuacas realizadas por esta comunidad, las mochilas de Chorreras que ofrece un grupo de artesanas oriundas de Chorrera, ubicadas en Juan de Acosta en el Atlántico y finalmente, las que se realizan en el municipio de San Jacinto en tejido croché. Este panorama de gran variedad en la oferta de mochilas, cada una de ellas con una historia y cultura particular, vuelve más competitivo el mercado para este producto artesanal (El Heraldo, 2016).

Seguidamente, al consultar fuentes de información secundaria sobre la oferta de productos artesanales que se realizan en el departamento del **Magdalena**, no se pudo obtener información muy amplia al respecto y tampoco procedente de fuentes oficiales; de hecho, no hay información en Artesanías de Colombia que dé cuenta de la oferta artesanal del departamento, la razón es porque no es uno de los departamentos donde tengan presencia, ni una región donde se esté llevando a cabo el proyecto de los Laboratorios de Diseño e Innovación. La poca información existente la ofrece el SINIC del Ministerio de Cultura, allí se establece que, los productos artesanales del departamento se clasifican en la línea de piedra, cestería y madera, también sobresalen los materiales propios de la región como el bambú, el coco y el barro, y por supuesto, como se mencionó anteriormente el tejido de la mochila arhuaca.

El departamento del **Atlántico** junto a la Guajira, Bolívar, Sucre y Córdoba son los 5 lugares más representativos de la Región Caribe en la producción artesanal. Atlántico se caracteriza por desarrollar productos artesanales alrededor de una de las festividades más reconocidas de Colombia, el Carnaval de Barranquilla, también se trabajan diferentes oficios de ascendencia afro y mocaná, así como productos propios de la cultura de sus territorios. Los oficios artesanales que se practican en el departamento son “la talla en madera de animales y máscaras del carnaval, moldeado en papel, la confección del vestuario del carnaval, la tejeduría de canastos y elementos de decoración en iraca, junco y enea; luthería, bisutería, marroquinería y trabajo en totumo” (Artesanías de Colombia, pág. 1).

Finalmente, de acuerdo con la información encontrada en el SINIC, el departamento del **Cesar** tiene sus orígenes artesanales en la cultura chibcha, negroide y un poco de caribe. A partir del fique se elaboran mochilas, chinchorros, adornos para paredes, tapetes e hicos de colores. Por el lado de la artesanía negroide se hacen canastos y esteras de palma, para navegar por las lagunas y ríos del territorio se realizan canoas y para pescar se hacen redes.

El SINIC atribuye la realización de mochilas arhuacas, así como el tejido de mantas de lana al departamento del Cesar, entre tanto, otras fuentes lo hacen al departamento del Magdalena.

Con el paso del tiempo este departamento ha perdido su competitividad en materia artesanal, de hecho, las fuentes indican que hay productos artesanales en la línea de cerámica que desaparecieron del territorio (SINIC).

3.2.3. Poder de negociación de proveedores

Un estudio de caracterización del sector artesanal presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia (2012), muestra que la disponibilidad de la materia prima “oportuna y suficiente” es un tema importante para los artesanos, de hecho al menos el 52% de ellos se ven afectados por enfrentarse a situaciones de insuficiencia y escasez para atender en los tiempos requeridos sus necesidades de producción. Este estudio se implementó considerando los oficios de alfarería, tejeduría y cerámica, líneas que, a grandes rasgos, abarcan gran parte de la oferta artesanal del país.

El informe también indica que el abastecimiento de materias primas es más complicado cuando éstas proceden de procesos biológicos vegetales, ya que la estacionalidad característica de dichos procesos exige a los artesanos asumir técnicas de almacenamiento y adecuación de estas materias primas. Cuando para la elaboración de las artesanías las materias primas son de origen mineral, -como oro, plata u otros- el precio y la oferta de mercado resultan ser variables importantes para acceder a éstas, como también lo son la capacidad de pago del artesano, ya que condiciona los volúmenes de compra que puedan hacer. Referente a esto último la caracterización arrojó que el 71% de los artesanos compra al detal, de ellos el 84% lo hace en el mismo territorio donde habitan convirtiéndose así en el principal medio de abastecimiento, ya que sólo 17% de los artesanos se proveen de sitios ubicados fuera de su lugar de trabajo.

Para entender cómo se abastecen los artesanos de la Región Caribe frente a sus necesidades de materias primas, se ha escogido a modo de ejemplo el caso de La Guajira, específicamente para la elaboración de mochilas, de waireñas y de sombreros en los pueblos indígenas Wayuu. Uno de los productos fundamentales en la **tejeduría** Wayuu es el algodón. De acuerdo con un estudio de Artesanías de Colombia (2016, pág. 21) citando a Harker, “hasta

mediados de siglo XX los Wayuu cultivaban su propio algodón, producían su lana y teñían con tintes naturales. Después llegaron las telas estampadas y los hilos procesados industrialmente y los cultivos fueron abandonados”. En la actualidad los hilos no son procesados directamente por los artesanos, sino que se compran a comerciantes que se encuentran en la región, estos hilos pueden ser de producción industrial, tales como hilos o lanas, o naturales, hilazas o hilos en algodón.

Dado que la tejeduría Wayuu no es muy intensiva en materiales y herramientas para su procesamiento, la compra de materia prima y de los instrumentos se convierte en los requerimientos de provisión principales. Según la tejedora y líder Wayuu Noris Pushiana, ellos usan:

“Hilo cono y se maneja comercial el Miratex que es la principal calidad de hilo que tenemos en Colombia, ese hilo no deja lana ni mota...es un hilo muy fuerte y no se decoloran ni destiñe la mochila... Trabajo con el Miratex, porque me garantiza que será bueno... Es un poco costoso comprarlo cuando tenemos crisis económica; pues, usted sabe que se requiere dinero para comprarlo, los colores siempre tenemos que buscarlos en Maicao que es de costo bajo que en otros lados, y estamos buscando proveedores que nos puedan abastecer desde la fábrica y no tener más intermediarios ni compra en tienda” (Pushiana, 2016).

Para el tejido de las mantas se adquieren la tela y los hilos bordados, “la tela la compro en Manaure, eso es nuevo, antes los materiales se conseguían en Maicao. Había uno que se llamaba lino” (Guerrero, 2016).

Un aspecto importante que destaca este estudio es que abastecerse de los productos necesarios para realizar las artesanías puede ser un problema para algunas artesanas Wayuu, ello se debe al acceso de las artesanas a los lugares donde se venden los materiales, ya que algunas de ellas viven en sitios distantes y la posibilidad de adquirirlos requiere muchos costos y esfuerzos de transporte. Esta dificultad es menor para quienes se encuentran cerca a Maicao o disponen de vías de acceso para llegar a él. Sin embargo, las dificultades aumentan cuando se presentan las épocas de lluvia ya que las carreteras se vuelven difíciles de transitar. Por lo que distinto a lo que podría pensarse las dificultades para estas artesanas no radica en los altos costos para adquirir las materias primas, sino para acceder a los lugares donde se venden los materiales. (Pushiana, 2016).

Por su parte, las sandalias Wayuu reciben el nombre de **waireñas**, la materia prima que se usa para estos productos son el caucho y el nailon, ambos se compran. De acuerdo con un informe de Artesanías de Colombia (2016, pág. 22) citando al tejedor wayuu Enrique González “... él encarga las llantas y le traen aquí (Bahía Portete) los cauchos de la llanta y compra a su vez el nailon con el que une el tejido con el caucho”. (Entrevista a tejedor wayuu, noviembre 27 de 2016).

Por último, el recurso natural necesario para la elaboración del sombrero Wayuu es la palma mawisa o issi, la cual en un principio se tomaba de la ciénaga de la Serranía de Macuira, pero actualmente se compra procesada, proveniente de la serranía de Perijá donde habitantes del pueblo indígena Yukpas la cosechan y comercializan haciéndola llegar a las rancherías Wayuu. Una desventaja que ha traído consigo el hecho de no cosechar la palma mawisa es que no todas las personas que lo hacen cuentan con los conocimientos y técnicas necesarias para ofrecer la calidad que de la palma se necesita, ya que es un aspecto fundamental para que los sombreros queden bien hechos y no se rompan (Artesanías de Colombia, 2016).

Si bien el sombrero en sus inicios se realizaba con los colores naturales de la paja y de color negro. -producto de otro agregado de las plantas-, hoy día se utilizan colores artificiales que se pueden comprar a los intermediarios que visitan el territorio Wayuu o en los mercados de gran tamaño del municipio de Maicao (Artesanías de Colombia, 2016).

Es normal que la obtención de la materia prima se realice por medio de intermediarios:

La Cadena de abastecimiento de la materia prima es a través de los intermediarios, muchos de ellos son los mismos Wayuu que tiene acuerdos con los productores de la palma en la Serranía de Perijá y sus picos de producción de la materia prima es dado en los meses que hay ferias artesanales, aunque durante todo el año hay producción (Artesanías de Colombia, 2016, pág. 16).

En conclusión, el poder de negociación de los artesanos con los proveedores varía de acuerdo con la disponibilidad y fácil acceso a la materia prima para elaborar sus productos. Así, por ejemplo, Mompox -en la época de la colonia- era un epicentro de comercio de oro, pues la ciudad movía todo el comercio -antes de salir al puerto de Cartagena-. Allí se otorgaban las salvaguardias legales para sacar el oro del país (cédula real), así, en el pueblo se conseguía el material a bajos costos con el que se producía la filigrana. Posteriormente, a comienzos del siglo XX, cuando “ya el brazo de Mompóx había perdido su cauce y navegabilidad, los artesanos continuaban obteniendo el oro de las minas que se ubicaban en la ribera del río cauca, así como de municipios cercanos como la Loba. Cada artesano tenía su proveedor de oro” (Artesanías de Colombia, 2017, pág. 24). Ahora, ya no se usa el oro, sino la plata, cuya principal fuente de abastecimiento desde Canadá es la importación, a través de proveedores acreditados de las ciudades costeras de Barranquilla y Cartagena, y del interior como Medellín y Bogotá.

3.2.4. Poder de negociación con clientes

Ahora bien, si de mercado de exportación se trata, uno de los actores más importantes y reconocidos en el proceso de comercialización, es Artesanías de Colombia, organización que tiene un proceso de selección de los productos mediante el cual se evalúan aspectos como la

identidad, el diseño, la técnica y la relación calidad-precio; en tal sentido se valoran productos que representen costumbres, valores estéticos y culturales, a la vez que las tradiciones de una región, que proyecten novedad en su diseño y que en la transformación de la materia prima se involucren técnicas tradicionales artesanales.

Igualmente, en tiendas de artesanía como el Centro Artesano que tiene productos artesanales de toda Colombia en su punto de venta localizado en Cartagena, visitada principalmente por clientes de origen extranjero, manifiestan que los niveles de exigencia en calidad son altos, pues en últimas es un producto tipo exportación; por tanto, ellos deben ser muy exigentes en el detalle de cada una de las artesanías que se ofrecen en sus tiendas. Una de las dificultades que han tenido con sus proveedores de artesanías es la falta de formalidad en el sector, pues a pesar de que encuentran artesanías de muy buena calidad, si las artesanas no están constituidas legalmente y no pueden emitir factura de compraventa, es muy difícil que la organización les pueda comprar directamente, por ello en algunos casos, acuden a intermediarios, aún sin sentir que esa sea la situación ideal. Otra de las problemáticas observadas en el proceso de comercialización, se presenta cuando se trabaja con los artesanos en forma individual, la capacidad de producción es limitada, impidiendo un continuo proceso de abastecimiento, por esta razón es preferible establecer una relación comercial con organizaciones constituidas como asociaciones.

Por supuesto, no todos los productos artesanales, se ofrecen al mercado internacional, existen puntos de venta directo, los cuales se encuentran en municipios reconocidos ampliamente por su producto artesanal, por ejemplo, en Mompox con la filigrana, Sampués con los muebles, San Jacinto con hamacas y mochilas, Chinú con las abarcas, Tuchín con sus sombreros vueltiaos, cerca al Parque Nacional Natural Tayrona, donde los indígenas ofrecen la mochila arhuaca y Riohacha con las mochilas Wayuu.

Así las cosas, el poder de negociación de los artesanos es mayor entre más corta sea la cadena, entre el artesano y el consumidor final. No obstante, una de las grandes dificultades a las que se enfrenta el artesano, es conocer cuál es el precio que debe colocar a su producto. Muchas veces se guía por el precio que colocan los otros artesanos, el intermediario o lo que le indique quien compra; pues cuando el artesano sale con su producto artesanal desde su casa en zona rural – normalmente de difícil acceso –, lo único que tiene en mente es regresar con provisiones para su hogar.

3.2.5. Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que pueden desempeñar una función similar para el mismo segmento de clientes, aunque se basen en una tecnología diferente. Dado que las artesanías y el turismo tienen una estrecha relación, por cuanto un turista quiere llevar de regreso a su lugar de habitación, bien sea para sí mismo -un producto que represente el territorio que visitó y le recuerde su experiencia turística- o para terceras personas un *souvenir*,

un producto sustituto puede ser cualquiera de los detalles que normalmente se encuentra en las tiendas del lugar visitado.

De esta forma, desde el panorama cultural, se encuentra la competencia y posibilidad de sustitución que existe entre los mismos productos artesanales, pues cuando un cliente está buscando un “presente” la diversidad de artesanías que existen en el mercado -dada su funcionalidad, el tipo de material que se utiliza, las herramientas, por sólo nombrar algunas características- tiene como consecuencia que entre ellas se convierten en productos sustitutos. Esto debido a la diversidad en artesanías, pues para alguien que quiere llevar un detalle, da igual que sea una mochila Wayuu o un sombrero vueltaio.

Desde el panorama de la usabilidad, la existencia de productos sustitutos es un tema mayor y se enlaza estrechamente con el tipo de artesanías al que se esté haciendo referencia, así cuando se trata de la cestería, este producto en sí mismo tiene como productos sustitutos aquellos recipientes que cumplan idéntico uso desde el punto de vista de su funcionalidad. No es siempre fácil identificar cuáles son los productos sustitutos, por ello el objetivo es buscar los productos y/o servicios que corresponden a un similar requerimiento genérico o desempeñan la misma tarea. Estos productos representan una amenaza importante siempre que haya la posibilidad de que se haga el reemplazo de forma perfecta.

Finalmente, y no menos importante, existen imitaciones que se convierten en productos sustitutos y que por tener una relación calidad/precio más atrayente para algunos, pueden terminar engañando a los clientes. Hoy existen imitaciones en el mercado que pasan por productos artesanales, y que, aunque un comprador quiere adquirir una artesanía, termina comprando una imitación.

3.2.6. Barreras de Entrada

En términos generales, para el caso de las *artesanías* las barreras de entrada son menores. Ello debido a que casi siempre acceder a la materia prima no es costoso, pues de hecho fue así como surgió la actividad en un territorio, la cual aprovechaba los materiales de la zona de origen; no obstante, con el paso del tiempo, en algunos lugares la materia prima se ha vuelto escasa y por tanto, se debe traer de otros lugares; además, otro elemento a considerar es que aunque la materia prima, pueda no ser costosa para algunos, la mayoría de artesanos provienen de hogares ubicados en zonas rurales que enfrentan escases de recursos económicos, lo cual les impide acceder a la materia prima, tanto por los costos de desplazamiento, como por los costos propios del material.

A nivel nacional, de acuerdo con el estudio de caracterización de los artesanos (2019), en la elaboración de productos artesanales, la materia prima de origen vegetal es la que se utiliza principalmente, presentándose casos especiales en territorios como La Guajira, donde el 88,7% de las artesanas utilizan materias primas sintéticas.

Ahora bien, con relación a las herramientas y/o la maquinaria que se usa en la elaboración de artesanías, en la propia definición del proceso artesanal se entiende que éste es un proceso manual y, por ende, no requiere el uso de tecnología avanzada; empero es de aclarar que el uso de dichas herramientas depende del tipo de artesanía de la cual se esté hablando, normalmente las más utilizadas son las manuales. Según el estudio de caracterización de los artesanos (2019), en Magdalena, el 97.4% de los artesanos utiliza herramientas manuales. Y tan sólo el 22,1% del total de artesanos que participaron en el estudio, cuenta con apoyo de máquinas manuales y 19,5% con apoyo de máquinas con motor. En conclusión, el acceso a las herramientas tampoco refleja grandes barreras de entrada al sector artesanal.

Otro elemento a considerar es el acceso a la mano de obra, la cual es colocada por los artesanos y sus familias; el conocimiento del *saber hacer* es transmitido de generación en generación; las principales barreras se presentarían por el desconocimiento de la técnica a utilizar o el uso de los materiales; en consonancia con lo anterior, de acuerdo con el estudio de caracterización de los artesanos en Colombia (2019):

La mayor parte de los artesanos aprendió su oficio a través de la transmisión de saberes a nivel familiar (43.6%), lo que revela el carácter tradicional y cultural de la artesanía. Otros artesanos aprendieron en sus comunidades de manera autónoma (23.6%) o junto a otros artesanos (12.7%), en sus palabras: “viendo y haciendo”. En menor proporción, el oficio se aprendió en instituciones de capacitación (10.5%) ó a través de proyectos de promoción de la actividad artesanal (0.9%) (Artesanías de Colombia, 2019).

Lo anterior refleja que, si hubiere una barrera en el conocimiento de la elaboración de la artesanía, este se elimina fácilmente porque el conocimiento se comparte con la familia o a través de cursos que, en ocasiones, son ofertados por entidades como el SENA o las Escuelas Taller. En el caso de Mompox, la Escuela Taller inició en 1996, con la oferta de cursos técnicos de alfarería, joyería y herrería, ello en consonancia con el propósito de resaltar y recuperar los oficios tradicionales de las regiones; los instructores escogidos son maestros artesanos de la misma comunidad, quienes además de enseñar el oficio, también transmiten la noción de que la joyería es eje estructurador de la identidad momposina.

Dependiendo la edad del artesano, su historia de cómo incursionó en el oficio es muy distinta, algunos lo aprendieron en su casa en medio de la tradición familiar, otros como aprendices en un taller y los más jóvenes en institutos como Escuela Taller o inclusive en el colegio. Si bien la forma de enseñanza en cada una de las modalidades cambia bastante, en todos los escenarios se intenta enseñar el sentido mismo del oficio, la paciencia. (Artesanías de Colombia, 2017, pág. 10)

Este nuevo proceso de formación más tecnificado en la Escuela Taller también despierta un sentido diferente a los nuevos artesanos, a quienes se les involucra en contextos empresariales, de esta forma se da un vuelco al tradicional taller artesanal, dándole a quienes participan una mayor visión empresarial y de esta forma se amplifica la capacidad y calidad de producción. Este nuevo enfoque más industrial, empieza a colocar ciertas barreras al ingreso de nuevos competidores.

Las bajas barreras de entrada también han traído efectos positivos a territorios que han sido afectados por la violencia. En Morroa, la tejeduría era un oficio completamente femenino, en los noventas los hombres se vieron obligados a aprender de él como una alternativa de sustento, pues llegaron allí en busca de refugio gracias a los problemas originados por el conflicto armado que existió en la región de Montes de María, trayendo consigo desplazamiento y una alta tasa de desempleo. El ingreso de los hombres al proceso artesanal trajo mayores rendimientos en la productividad, pues ellos lograban armar una hamaca en la mitad de tiempo que el promedio de las artesanas.

En el año 2000 la Alcaldía Municipal inició un proyecto de enseñanza de la tejeduría a población víctima del conflicto armado, en especial para las personas desplazadas de los Montes de María, para la cual fueron contratadas varias de las maestras artesanas. Hoy en día el programa continúa por medio del SENA, especialmente en las veredas y corregimientos del municipio, quienes tradicionalmente no estuvieron tan implicados en la tradición de la tejeduría a diferencia del casco urbano del municipio (Artesanías de Colombia, 2017, pág. 9).

Justamente por esas bajas barreras de entrada, se requiere que haya una diferenciación del producto y además una protección con la Denominación de Origen, pues por un lado existe cierto choque entre las hamacas morroanas y las de San Jacinto, en la que se discute sobre el verdadero origen de ellas, así mismo, hoy por hoy las mochilas Wayuu se están elaborando en diferentes municipios de la Región Caribe, por personas que no pertenecen a la cultura Wayuu y que ni siquiera habitan el departamento de La Guajira.



Capítulo 4. ■

Análisis de las asociaciones
de artesanos del Región Caribe

Capítulo 4.

Análisis de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe

4.1. Caracterización del sector en la Región Caribe

El Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal -SIEAA- de Artesanías de Colombia, consolidó en el 2019 su último informe sobre el proceso de caracterización de los artesanos del país, contando con información de 31.003 artesanos de 29 departamentos del país. Para este estudio se ha tomado la información correspondiente al Caribe colombiano continental (departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba, César, La Guajira, Magdalena y Sucre), en la cual se representan 88 municipios de la Región y el 22,54% (6,991 encuestas) de las encuestas realizadas en el territorio nacional (Tabla 7).

La actividad artesanal en el Caribe colombiano es una actividad eminentemente femenina, el 72,7% de la muestra está representada por las mujeres, cifra levemente por encima de la nacional (71,7%), lo cual se coliga con factores culturales y tradicionales, en los que de acuerdo con la concepción del mundo los roles del hombre y de la mujer son diferentes. Un ejemplo de ello, se presenta en La Guajira, donde el tejido es una actividad que define la feminidad Wayuu.

El 45% de los encuestados se reconoce como parte de algún grupo étnico, si excluimos a los departamentos de Bolívar ese porcentaje promedio se incrementa a 54%. La mayor concentración de artesanos que se auto-reconocen como población indígena se encuentra en La Guajira (95% de los encuestados), seguidos por Córdoba (64%) y César y Sucre (ambos con el 44%).

“El Caribe colombiano está integrado por cerca de diez mil indígenas zenúes (concentrados en Córdoba y Sucre), quienes en su mayoría se dedican a la artesanía en caña flecha. Este oficio constituye el más importante ingreso económico para esta comunidad y comprende desde la extracción de fibras hasta su trenzado y

costura, pasando por el raspado, riplado, blanqueado al sol y tinturado en negro con barro y tintes naturales extraídos de plantas” (Artesanías de Colombia, 2019, pág. 4).

Para el 69,3% de los artesanos del Caribe colombiano, la artesanía es la fuente primordial de ingreso para la familia, especialmente en los departamentos con gran concentración de población indígena (Tabla 7). Este valor es casi 20 puntos porcentuales por encima de la cifra del país, que se ubica en 50,5%. En Colombia, el 82,5% de los artesanos declaró que en promedio el ingreso de sus hogares mensual gracias a la comercialización de artesanía, es menor a un Salario Mínimo Mensual Legal Vigente -SMMLV-, mientras para los artesanos del Caribe representa el 89%.

Tabla 7. Características socio-demográficas de los Artesanos de la Región Caribe

		Atlántico	Bolívar	Córdoba	César	La Guajira	Magdalena	Sucre	Promedio
Lugar	Total de municipios	23	45	30	25	15	30	26	194
	No. Municipios caracterizados	15	14	22	5	11	15	6	88
Muestra	No. Artesanos	1964	1825	1278	195	1061	319	349	6991
Género	Hombres	25,00%	33,0%	45,00%	8,00%	10,00%	31,00%	39,00%	27,30%
	Mujeres	75,00%	67,0%	55,00%	92,00%	90,00%	69,00%	61,00%	72,70%
Zona de residencia	Urbana	82,70%	74,3%	44,00%	17,00%	25,20%	53,90%	55,00%	50,30%
	Rural	17,30%	24,6%	30,90%	56,20%	16,60%	25,40%	23,20%	27,70%
	Resguardo indígena	0,00%	1,1%	25,10%	26,80%	58,20%	20,70%	21,80%	22,00%
Pertenencia étnica	Afro	8,00%	14,0%	4,00%	21,00%		16,00%	10,00%	12,20%
	Indígena	35,00%	7,0%	64,00%	44,00%	95,00%	25,00%	44,00%	44,90%
	Ninguna	57,00%	79,0%	32,00%	35,00%	5,00%	59,00%	46,00%	44,70%
Población vulnerable	Si	42,00%	48,0%	62,00%	76,00%	97,00%	67,00%	70,00%	66,00%
	No	58,00%	52,0%	38,00%	24,00%	3,00%	33,00%	30,00%	34,00%
Ingreso promedio mensual del hogar por artesanía	Menos de un SMMLV	78,00%	82,0%	91,00%	97,00%	90,00%	95,00%	90,00%	89,00%
	Entre uno y dos SMMLV	19,00%	17,0%	7,00%	3,00%	8,00%	4,00%	8,00%	9,40%
	Más de dos SMMLV	3,00%	1,0%	2,00%		2,00%	1,00%	2,00%	1,80%
Artesanía como principal fuente de ingreso al hogar	Si	50,00%	64,0%	75,00%	74,00%	82,00%	74,00%	66,00%	69,30%
	No	50,00%	36,0%	25,00%	26,00%	18,00%	26,00%	34,00%	30,70%
Rol laboral en la actividad artesanal	Independiente	86,00%	82,0%	77,00%	68,00%	76,00%	76,00%	77,00%	77,40%
	Trabajador familiar	3,00%	8,0%	11,00%		4,00%	4,00%	9,00%	6,50%
	Asociado	5,00%	5,0%	7,00%	32,00%	20,00%	20,00%	7,00%	13,70%
	Empleado	5,00%	5,0%	5,00%				6,00%	5,30%
	Microempresario	1,00%						1,00%	1,00%

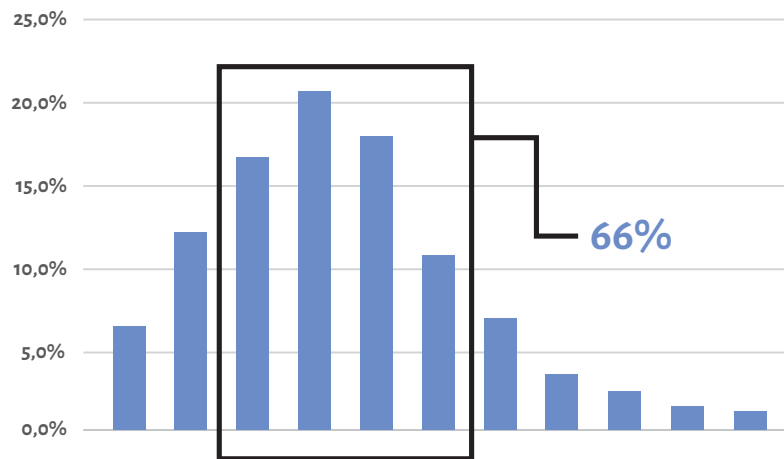
Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal (2018).

En promedio el 77,4% de los artesanos del Caribe trabaja de manera independiente. En los departamentos de Atlántico y Bolívar, el 86% y 82% manifestó trabajar de esa manera, cifra similar a los niveles nacionales (82,7%); le sigue en orden de importancia trabajar como asociados (13,7%), siendo especialmente importante en los departamentos de César (32%) La Guajira (20%) y Magdalena (20%).

Mientras que a nivel nacional el 50,3% de los artesanos encuestados se reconoce en condición de vulnerabilidad, en la Región Caribe esa cifra asciende al 66%, o más aún al 74,4% si se excluyen a los artesanos de Atlántico y Bolívar, llegando a cifras alarmantes como 97% en La Guajira, 76% en César, 70% en Sucre, 67% en Magdalena y 62% en Córdoba; la razón es que son poblaciones indígenas, en zonas rurales, madres cabeza de familia, desplazados y en muchos casos iletrados (Tabla 7).

Estos hogares están integrados por familias numerosas, el 66% de los hogares está formado por 3 a 6 personas (Ilustración 4). Familias que en el 79% de los casos sobreviven con ingresos promedio por hogar por debajo de un salario mínimo legal vigente, siendo más grave la situación en los departamentos de César (91%), La Guajira (87%), Magdalena (87%), Sucre (86%) y Córdoba (81%). La situación de los artesanos no es sencilla, el 27% se encuentra en situación de pobreza monetaria; en otras palabras, sus ingresos (en promedio \$244.392) ni siquiera alcanzan para la canasta básica de bienes alimentarios y no alimentarios; y el 53%, se encuentra en situación de pobreza monetaria extrema, es decir, estos ingresos (en promedio \$114.942) no cubren las mínimas necesidades básicas calóricas de nutrición (Tabla 8).

Ilustración 4. Número de personas en el hogar



Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal (2018)

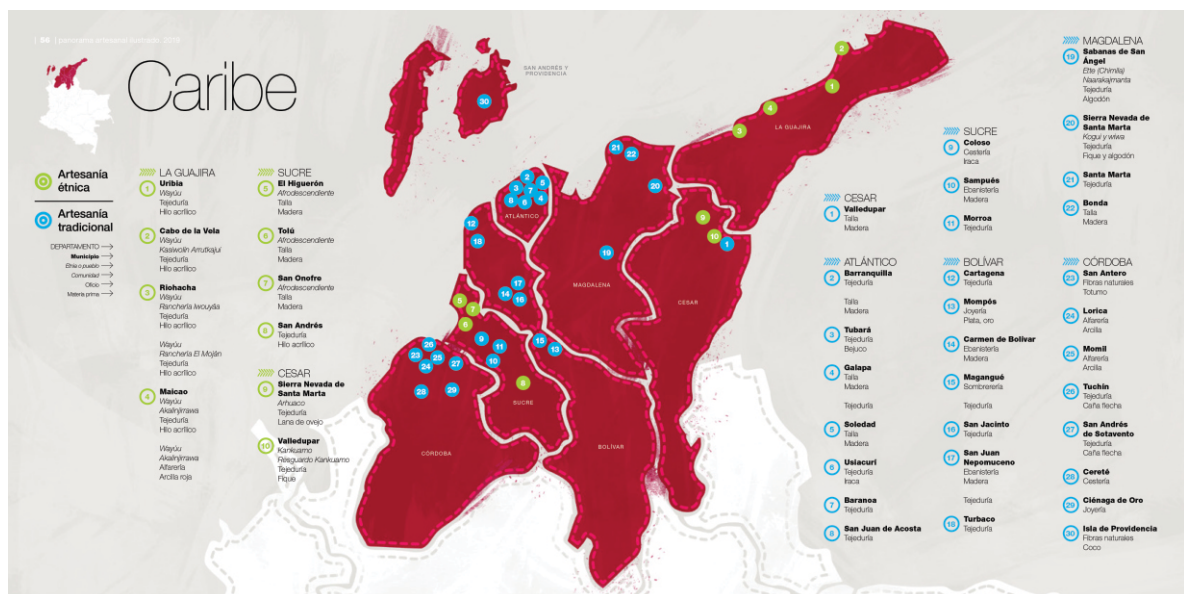
Tabla 8. Características socio-económicas de los Artesanos de la Región Caribe

		Atlántico	Bolívar	Córdoba	César	La Guajira	Magdalena	Sucre	Promedio
Número de personas en el hogar	1	10,00%	13,00%	5,00%	3,00%	8,00%	4,00%	2,00%	6,40%
	2	13,00%	17,00%	12,00%	8,00%	15,00%	12,00%	8,00%	12,10%
	3	17,00%	19,00%	17,00%	16,00%	21,00%	13,00%	14,00%	16,70%
	4	22,00%	19,00%	20,00%	19,00%	21,00%	17,00%	27,00%	20,70%
	5	16,00%	17,00%	21,00%	19,00%	14,00%	19,00%	20,00%	18,00%
	6	10,00%	8,00%	12,00%	11,00%	8,00%	13,00%	13,00%	10,70%
	7	6,00%	3,00%	5,00%	12,00%	6,00%	10,00%	7,00%	7,00%
	8	3,00%	2,00%	4,00%	3,00%	4,00%	4,00%	5,00%	3,60%
	9	2,00%	1,00%	3,00%	4,00%	2,00%	4,00%	2,00%	2,60%
	10	1,00%	1,00%	1,00%	3,00%	2,00%	2,00%	1,00%	1,60%
	11 o más	1,00%		2,00%	3,00%	1,00%	3,00%	2,00%	2,60%
Ingreso promedio mensual en el hogar	Menos de un SMMLV	56,00%	65,00%	81,00%	91,00%	87,00%	87,00%	86,00%	79,00%
	Entre uno y dos SMMLV	34,00%	32,00%	15,00%	7,00%	11,00%	9,00%	12,00%	17,10%
	Entre dos y 4 SMMLV	8,00%	3,00%	3,00%	2,00%	2,00%	3,00%	2,00%	3,30%
	Más de cuatro SMMLV	3,00%							3,00%
Pobreza Monetaria departamento	No pobres	73,00%	54,00%	43,00%	46,00%	21,00%	35,00%	48,00%	45,70%
	Pobres	24,00%	38,00%	46,00%	41,00%	53,00%	49,00%	42,00%	41,90%
	Pobreza extrema	3,00%	8,00%	11,00%	13,00%	26,00%	16,00%	10,00%	12,40%
Pobreza Monetaria Artesanos	No pobres	44,00%	35,00%	19,00%	10,00%	9,00%	11,00%	10,00%	19,70%
	Pobres	25,00%	35,00%	29,00%	24,00%	30,00%	24,00%	25,00%	27,40%
	Pobreza extrema	31,00%	30,00%	52,00%	66,00%	61,00%	65,00%	65,00%	52,90%
Valor línea de pobreza dpto.		\$ 274.601	\$ 254.285	\$ 223.477	\$ 248.851	\$ 224.338	\$ 244.693	\$ 240.501	\$ 244.392
Valor línea de pobreza extrema dpto		\$ 123.186	\$ 116.343	\$ 109.970	\$ 115.054	\$ 110.835	\$ 114.868	\$ 114.338	\$ 114.942

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal (2018).

4.2. Productos artesanales

Ilustración 5. Distribución geográfica de la artesanía



Fuente: (Artesanías de Colombia, 2019).

4.2.1. Artesanías en Sucre y Córdoba

Los tipos de artesanías sobresalientes son: tejeduría en telar, caña flecha, croché, productos del tallado en totumo calabazo y coco; la cestería en palma de iraca, el trabajo en madera, curtiembres, talabartería y elaboración de cuadros en semillas del campo local.

“El origen de las artesanías, desde sus diseños, son popular, tradicional e indígena y la contemporánea en algunos productos combinados de caña flecha y tejeduría en telar, cada uno de ellos con los materiales acordes a la técnica. Existen algunas que utilizan elementos naturales representativos y que encuentran en la región como semillas del campo” (Baquero & Gonzalez, 2016).

Con relación al diseño, en la zona de Sucre y Córdoba en las entidades de economía solidaria, predominan la creación propia, el diseño de artesanos y las sugerencias del cliente; en unas pocas asociaciones existe la certificación con sello de calidad; aunque se encuentran algunas maestras artesanas correspondientes a los años 2014 y 2015; la mayoría de los artesanos asociados no tienen acceso a los laboratorios artesanales de diseño.

Las líneas de producto más usuales son: artículos para el hogar, decoración, textiles y ropa, accesorios, calzado, mobiliario y bisutería y en menor escala artículos para montura en caballo (Tabla 9).

Tabla . Descripción de los principales productos artesanales elaborados en Sucre y Córdoba

Artículos	Usos-Línea de productos	Diseño del producto
Sombreros, hamacas, mochilas	Textiles	Creación propia y sugerencias del cliente
Bolsos, monederos, cosmetiqueras	Accesorios	Creación propia, diseño de artesanos y sugerencias del cliente
Abarcas, sandalias, calzado,	Calzado	Creación propia, diseño de artesanos y sugerencias del cliente
Muebles, mecedoras	Mobiliarios	Creación propia, diseño de artesanos y sugerencias del cliente
Chupas y sillas para caballos, monturas,	Artículos para caballos	Diseño de artesanos
Collares, manillas, aretes	Bisutería	Diseño de artesanos, búsqueda en internet
Gorros, pавitas, ponchos, bufandas, chamarra	Textiles y ropa	Diseño de artesanos
Sobrecamas, cenefas, centros de mesa, columpios para colgar	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos
Figuras y adornos	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos, búsqueda en internet
Cuadros y elementos decorativos para el hogar	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos
Lámparas	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos
Muñecas	Juegos	Diseño de artesanos
Fruteros, bateas, contenedores, cubiertos, vasijas, cucharas, jarras, copas	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos, búsqueda en internet
Réplicas de frutas y de animales	Decoración	Diseño de artesanos

Fuente: (Artesanías de Colombia, 2019).

4.2.2. Artesanías en Bolívar y Atlántico

En relación con el departamento de Bolívar, las zonas más representativas artesanalmente se concentran en Mompox, San Jacinto y en el corregimiento rural de Cascajal. En Mompox se destacan la orfebrería con accesorios: aretes, cadenas, anillos, algunos alusivos a temas religiosos; seguidamente sillas, mimbrería, la ropa y la madera. Una asociación para destacar, es la de mujeres artesanas de Mompox dedicada al tejido y elaboración de prendas de vestir especialmente las guayaberas de los hombres en las que hacen grabados, con el mismo diseño que utilizan los orfebres para elaborar las joyas.

En Cascajal se trabaja a base de “Palma Sará”, esta materia prima se consigue en los municipios El Dificil y Plato Magdalena; la “Palma de Coco” es producida en el municipio y sus alrededores. Se elaboran abanicos, sombreros, bolsos, tapetes individuales para mesa, monederos cosmetiqueras y otro tipo de productos.

Por otra parte, San Jacinto es reconocido por su tejeduría, especialmente las hamacas - que tienen denominación de origen -, bolsos y cinturones, que también exportan. Además, se comercializan otros productos que se elaboran en la Guajira.

En general para Bolívar, predomina la artesanía tradicional, el origen desde sus diseños son popular, tradicional e indígena y algunos rasgos contemporáneos en algunos productos combinados, sin embargo, se observan combinaciones de materiales para efectos de lo que ellos denominan innovación, para mejoras en las ventas ajustadas a las solicitudes de los clientes.

En Atlántico los municipios más destacados son Usiacurí y Galapa, en el primero se hacen productos como tapetes, alfombras, juego de comedor, bolsos y accesorios en Palma de Iraca. En Galapa, las artesanías distintivas son hechas en madera específicamente las máscaras y de animales como el toro, relacionadas directamente con el Carnaval de Barranquilla; los artesanos con mayor conocimiento definen el diseño de los productos a realizar, acorde con los elementos tradicionales de la fiesta (Tabla 10).

Tabla. Descripción de los principales productos artesanales elaborados en Bolívar y Atlántico

Localidad (departamento)	Artículos	Usos-Línea de productos	Diseño de productos	Distintivo y certificación de productos
Mompox (Bolívar)	Aretes, cadenas, anillos	Accesorios	Diseño de artesanos, sugerencia del cliente	Filigrana marca colectiva
Mompox (Bolívar)	Camisas guayaberas	Textiles y ropa	Diseño de artesanos, sugerencia del cliente	
Cascajal (Bolívar)	Sombreros	Textiles	Creación propia y sugerencia del cliente	
Cascajal (Bolívar)	Bolsos, monederos	Accesorios	Creación propia y sugerencia del cliente	
Cascajal (Bolívar)	Tapetes, individuales de mesa	Artículos para el hogar	Creación propia y sugerencia del cliente	
San Jacinto (Bolívar)	Hamacas	Textiles	Creación propia y sugerencia del cliente	Denominación de origen
San Jacinto (Bolívar)	Bolsos, cinturones	Accesorios	Creación propia y sugerencia del cliente	
Usiacurí (Atlántico)	Tapetes, alfombras	Artículos para el hogar	Creación propia y sugerencia del cliente	
Usiacurí (Atlántico)	Juego de comedor	Mobiliario	Creación propia y sugerencia del cliente	
Galapa (Atlántico)	Máscaras, Toro	Artículos para el hogar	Creación propia	

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de campo.

4.2.3. Artesanías en Magdalena, Cesar y Guajira

Aunque en la base de datos de Artesanías de Colombia no se reconoce Santa Marta (Magdalena) como un lugar para las artesanías; sin embargo, las visitas de campo en la investigación permitieron encontrar productos de piedra de jabón, productos elaborados con coco y artesanías hechas en barro con réplicas de las figuras Tayronas de la antigüedad, realizadas con flauta (ocarina), máscaras que evocan a los animales de la Sierra y en general alusivas a los mitos de las antiguas culturas. Además, elaboran productos con base en caracoles y residuos del mar de los desechos que dejan las hosterías en el municipio.

El producto principal del Magdalena, son las mochilas Arhuacas, con reconocimiento nacional; se venden de manera individual por los indígenas, al parecer sin pertenecer a una asociación específica. En el departamento de la Guajira, se comercializan mochilas, chinchorros, manillas, guaireñas, sombreros de paja, elaborados por los indígenas wayuu de toda la Guajira. Las mantas son un producto representativo, sin embargo, las asociaciones no manifestaron producirlas (Tabla 11).

Tabla 11. Descripción de los principales productos artesanales elaborados en Magdalena, Cesar y Guajira

Localidad (departamento)	Artículos	Usos-Línea de productos	Diseño de productos	Distintivo y certificación de productos
Santa Marta (Magdalena)	Máscaras, Candelabros	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos, sugerencia del cliente	
Santa Marta (Magdalena)	Esculturas	Figuras Tayronas, máscaras	Diseño de artesanos, sugerencia del cliente	
Santa Marta (Magdalena)	Mochilas Arhuacas	Textiles y ropa	Creación propia	Denominación de origen
Cesar (Ataquez, Pueblo Bello)	Mochilas Arhuacas Kankuamas	Textiles y ropa	Creación propia	
Cesar (Chimichagua)	Abanicos, esteras, individuales, tapetes	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos, sugerencia del cliente	
Guajira (Riohacha, Maicao)	Abanicos, esteras, individuales, tapetes	Artículos para el hogar	Diseño de artesanos, sugerencia del cliente	
Guajira (Riohacha)	Mochilas, chinchorros, sombreros	Textiles		
Guajira (Riohacha)	Manillas	Accesorios		
Guajira (Riohacha)	Guaireñas	Calzado		

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación de campo.

4.3. Análisis organizacional

4.3.1. Formas Tradicionales de Organización para la Producción Artesanal

El estudio ocupacional de los subsectores artesanales de Tejeduría y Cerámica- Alfarería (MinCIT. Artesanías de Colombia, 2012) presenta un análisis de los tipos de organización artesanal que se pueden consagrar para la producción y comercialización de las artesanías. De esta forma, se encuentran las siguientes tipologías en dicha clasificación:

Taller Familiar. Su capital humano se encuentra constituido por miembros de la unidad familiar, ocupando roles permanentes y temporales en la labor. La dirección de este tipo de organizaciones está a cargo del padre o la madre, quienes se encargan de organizar los trabajos de sus hijos, sobrinos y otros parientes. Los sistemas de remuneración no son estandarizados, por lo general, se distribuyen ingresos según evaluación de necesidades del líder familiar. Es una práctica común que se reúnan en una misma caja tanto los recursos monetarios familiares como los destinados para la producción

Taller obrero – patronal. Esta asociación implica la puesta de medios de producción por parte de una sola persona, su estilo y sistema administrativo converge con el del taller familiar. El sistema de organización del trabajo permite la separación y distinción de capital.

Estas dos primeras clasificaciones (taller familiar y taller obrero – patronal) se convierten en la base sobre la cual descansan los otros niveles y grados de organización dentro del sector artesanal.

Núcleos artesanales. Guarda mucha similitud con las formas gremiales conaturales a la organización de la producción, en las que se destaca la presencia de una sola tarea, con limitadas líneas de productos. En consecuencia, se vuelve vital, poseer una estructura de operación que dé origen a la identificación de intereses de las distintas unidades.

Taller asociativo. Unidad comunitaria donde los medios de producción pertenecen a todos los asociados. Los talleres asociativos son producto de la intervención de instituciones estatales, fundaciones, parroquias, entre otras. Estas organizaciones, generalmente, encabezan a varios talleres familiares o, también a talleres obrero–patronales. Con esta forma organizacional se da inicio a las posibilidades de socialización de la relación capital–trabajo, en tal sentido tiene dos objetivos: el primero de tipo *social*, pues fomenta la generación de capacidades de una comunidad que busque el incremento de su propio ingreso, de allí la importancia de la capacitación y de la asistencia en las diversas técnicas del oficio al que se dedican los socios, para lo cual cuentan con el apoyo de instructores calificados. El segundo objetivo de carácter *económico*, en el que se pretende la reducción de costos de producción a través de una coordinación laboral, en la que se diversifican las tareas de los productos artesanales y dentro de la correspondiente línea de producción, ello trae consigo, tanto la consecución de un amplio mercado interno o externo que permite la venta de las artesanías. Así las cosas, el taller asociativo favorece especialmente a las clases menos favorecidas, siendo utilizado como mecanismo de generación de empleo y espacio para el ejercicio en los aspectos administrativos. En algunos casos, este modelo de organización se presenta como asociación de personas, con el objeto de ser reconocidos por la ley mediante personería jurídica.

Sociedad de Hecho. Estos modelos de organización se componen de pequeñas sociedades económicas con ánimo de lucro establecidas entre productores o socios. Normalmente, se presenta entre personas naturales comprometidas en cualquiera de las actividades laborales de la sociedad, sin interesar que alguno de ellos sobresalga como socio capitalista.

De otra manera, dos temas importantes de indicar en este apartado se relacionan con la transferencia de conocimiento y con la visión de género, como formas tradicionales dentro del proceso artesanal. Lo primero a mencionar es que existe un estrecho vínculo entre la organización familiar y las artesanías. Las artesanas aseguran que sus conocimientos sobre el *saber hacer* la artesanía, vienen de la abuela, de la mamá o de un familiar cercano, pues ellas le enseñaban, o bien porque viendo aprendieron sobre ese arte. Si bien la cercanía con las artesanías puede hacer más rápido su proceso de aprendizaje, no todos los miembros de la familia se interesan en aprenderlas, o en su defecto a llevarlas a cabo, en algunos casos por la subvaloración que los más jóvenes dan a esta labor, por razones económicas e incluso, por razones de género.

El último caso, se presenta en los tejedores del municipio de San Jacinto, donde el temor a ser cuestionados en su hombría no les permitía poner en práctica los conocimientos que habían adquirido en su niñez o adolescencia. Esta presión social que aún se sigue manteniendo -de la que algunos han hecho caso omiso- revela que en determinados lugares aún se asocia a ciertas artesanías con una actividad realizada por las mujeres como una función complementaria a sus labores domésticas. Estas percepciones colocan en riesgo la actividad artesanal.

También, por lo menos en la Región Caribe, en la subdivisión que existe entre las artesanías que son realizadas por hombres versus las elaboradas por las mujeres, las que son hechas por las manos de los hombres, se debe a que requieren de mayor fuerza en su proceso, o porque la materia prima se obtiene del campo, o porque sencillamente corresponde a un tipo de artesanía que se cataloga que corresponde a los hombres realizarla. Siendo así, se observa una mayor presencia del género masculino en artesanías realizadas en madera, ya sean máscaras de animales, muebles, en la talabartería y en las esculturas que se trabajan en la piedra de jabón. Por su parte, las mujeres son llamadas al tejido de hamacas, chinchorros, mochilas, la confección de ropa, entre otros. Sin embargo, también hay cabida para que ambos actores confluyan en la realización de una misma artesanía, espacio que se puede dar gracias a la filigrana, la tejeduría en caña flecha.

4.3.2. Organización Gremial

Los artesanos han intentado unificar esfuerzos en diferentes épocas y bajo distintas metodologías, en aras de resolver la problemática del sector, pero pocos han sido los resultados obtenidos. En un principio se consagra la Asociación Nacional de Artesanos en 1972, dando paso a la Federación Nacional de Artesanos en 1973, organización que encaminaba su dinámica a las ferias artesanales como punto de negociación. Sin embargo, el modelo federativo entró en crisis generando la dispersión del gremio, acentuándose en pequeñas organizaciones deseosas de abrir sus propios espacios, principalmente económicos, impidiendo la cohesión y condiciones que les permitan obtener retornos que les aseguren un crecimiento sostenible.

Aunque el trabajo de Herrera Neve (1992), data de hace varios años atrás, aporta sobre diversas dificultades de tipo organizacional, socioeconómicas y políticas que imposibilitan el trabajo colectivo en el sector artesanal (Tabla 12). Estas dificultades para trabajar en asociatividad es una realidad que aún sucede en el sector: a nivel nacional solo el 28,5% hace parte de una asociación artesanal que, en un 82% de los casos está legalmente constituida. Para el caso de la Región Caribe, se destacan los artesanos de Cesar (97,8% de artesanos están asociados), Sucre (48,1%), Córdoba (42,1%). Por otro lado, el 71,5% de los artesanos que no se encuentran organizados, 59% manifiesta no pertenecer a asociaciones por falta de información (MinCIT, 2019).

Tabla 12. Dificultades del movimiento gremial artesanal

Factor	Dificultad
Organizacional	Inconsistencia funcional en las unidades básicas de la organización: asociaciones y demás agrupaciones locales, situación que representa el mayor problema y deja sin respaldo a los líderes y sin representación a los artesanos.
Organizacional	Ausencia de orden jerárquico de trabajo frente a las tres funciones de la labor artesanal: producción, gestión y comercio.
Organizacional	Iniciativas gremiales no han sido factores de coordinación de la producción de los talleres del mismo oficio.
Socio-económico	Decadencia de las ferias por la presencia creciente de "aprendices de manualidades" en la dirección de las organizaciones gremiales, comerciantes sin criterio profesional y artesanos sin espíritu de cooperación.
Comercial	La vinculación con los mercados artesanales ha convertido a los artesanos y directivos en especialistas de la intermediación comercial y absorbido todas las inquietudes e iniciativas, dejando de lado el fundamento del sector, a nivel de sus modos de producción y sus procesos de organización y adecuación para responder con eficiencia, al más determinante de sus inquietudes y objetivos: la comercialización.
Social	Se abrieron espacios de oportunidad a los intermediarios, no sólo del servicio comercial, sino de otras modalidades, ocasionando efectos típicos de ciertas modalidades del comportamiento popular que ha roto con sus marcos culturales de referencia.
Organizacional	Los miembros de las organizaciones, a su vez, encarnan una escala de diversificación muy notoria de su calificación.
Socio- económico	Carencia, en su mayor parte, del adiestramiento necesario y la visión social del desarrollo de los oficios artesanales, requeridos para distinguir entre las tareas administrativas del gremio y la perspectiva socioeconómica del oficio artesanal.
Organizacional	La orientación político administrativa no ha estado en manos de quienes encarnan los intereses del sector de conformidad con sus características fundamentales.
Político	El movimiento ha estado motivado por procedimientos y actitudes de tipo sindicalista para la conquista de una serie de reivindicaciones ante un patrono volátil (o mejor inexistente), más que por postulaciones de pequeños empresarios.
Económico	Los recursos económicos, canalizados a través de diversas fuentes, no se han aplicado, precisamente, en planes ni programas que estimulen el desarrollo de los factores determinantes del trabajo artesanal que fundamentan las posibilidades de su progreso.
Socio-económico	La organización gremial ha sido parcial y mínima respecto al sector artesanal, pues corresponde particularmente al sector urbano, con toda la problemática de sus ciudades formadas de procesos migratorios y al margen de los ritmos de crecimiento que garantizan ubicación en sus espacios socioeconómicos.
Social-organizacional	Dentro del proceso general de organización, existió una diferencia esencial entre el movimiento nacional y los locales. Mientras la Federación Nacional operaba con base en "líderes" (algunas veces de simple turno y en función de los cuales se identificaba la problemática del sector), las organizaciones locales regionales, además de simples líderes, cuentan también con artesanos en el sentido de la palabra.
Organizacional	No se planteó la reestructuración en torno de la unidad de los oficios, ni se analiza la especificidad de los intereses con relación a la estructura de las líneas de producción y sus niveles profesionales.

Fuente: *Elaboración propia en base al documento Organización social de producción (Herrera N., 1992).*

En la actualidad el modelo organizacional más representativo del sector es el de la asociación de artesanos, le siguen fundaciones, cooperativas. En Córdoba y Sucre, por ejemplo, existen como formas de grupo de trabajo artesanal representativos los cabildos indígenas.

Para el departamento de la Guajira es altamente notable la experiencia asociativa de la Federación de Artesanos Wayuú, quienes producen y comercializan los tejidos asociados a esta cultura; está conformada por varias asociaciones y en ella participan diez maestras artesanas. Ésta, es una de las pocas asociaciones que ha logrado un trabajo de gran magnitud en la apropiación del conocimiento que tienen las mujeres y hombres Wayuú sobre las artesanías que realizan. Las ventajas de esta organización son: mayor posibilidad de comercialización y exportación, son reconocidos y apoyados por Artesanías de Colombia, con alcance de vinculación artesanal a más de 197 familias, un diferencial de precio más alto, acorde con la mayor calidad del producto y para la cuota de sostenimiento que necesita la Federación y ventas a empresas de marca altamente reconocidas en el país y en el exterior.

4.3.3. Organizaciones artesanales en la Región Caribe

Como medio para identificar las organizaciones artesanales conformadas en la Región Caribe se ha construido una lista indicativa de las organizaciones artesanales consagradas (Tabla 13).

Tabla 13. Organizaciones artesanales consagradas

Nombre	Municipio	Municipio
Joyereros Asociados de Mompox	Mompox	Bolívar
Asociación de Artesanos orfebres de Mompox ADOM	Mompox	Bolívar
ASOEMA Asociación Empresarios de la Madera	Mompox	Bolívar
Asociación de Mujeres Artesanas de Mompox AMAM	Mompox	Bolívar
Asociación de Artesanos Empresarios de la Isla de Mompox	Mompox	Bolívar
Cooperativa de Artesanos de San Jacinto Ltda	San Jacinto	Bolívar
Asociación de Artesanas de San Jacinto	San Jacinto	Bolívar
Comité de mujeres por el progreso de San Jacinto	San Jacinto	Bolívar
Comité se Artesanos Unidos de Bolívar de San Jacinto	San Jacinto	Bolívar
Asociación de Mujeres Artesanas de Cascajal y Artesanos de Barrancayuca- AMAR	Cartagena	Bolívar
Asociación de Artesanos Unidos de Bolívar	Cartagena	Bolívar
Empresa Asociativa de Trabajo Los robles	Magangue	Sucre
Asociación de Artesanos la esmeralda	Coloso	Sucre
Artesanías y Ebanisterías Coloso	Coloso	Sucre
Casa de la Cultura Mauricia Wanger Madera e Iraca	Coloso	Sucre
Asociación de Artesanos de Galeras ARTESAGA	Galeras	Sucre

Fuente: Estudio Ocupacional De Los Subsectores Artesanales De Tejeduría Y Cerámica–Alfarería.

Tabla 13. Organizaciones artesanales consagradas

Nombre	Municipio	Municipio
Cooperativa multiactiva de Galeras	Galeras	Sucre
Asociación de Artesanos de Palmito	Palmito	Sucre
Asociación de Artesanos de calle larga	Sampués	Sucre
ASOARTEGO	Corozal	Sucre
Grupo Precooperativo Artesanal la Casa de la Hamaca	Morroa	Sucre
Asociación Sindical de Mujeres Artesanas de USIACURI	Usiacuri	Atlántico
Cooperativa Tejedora Integral de Usiacurí	Usiacuri	Atlántico
Cooperativa de Artesanos de Galapa	Galapa	Atlántico
Taller el Tigre	Galapa	Atlántico
Taller el toro Miura	Galapa	Atlántico
Taller Danza del Torito	Barranquilla	Atlántico
Grupo Horizonte del carnaval	Barranquilla	Atlántico
Asociación de Artesanos de Atlántico	Barranquilla	Atlántico
Asociación de Artesanos del Carnaval de Barranquilla "PONTE LA MASCARA"	Barranquilla	Atlántico
Asociación de Artesanos Unidos de Chimichagua – ASARUCHI	Chimichagua	Cesar
Asociación de Artesanas de CHIMICHAGUA	Chimichagua	Cesar
Asociación de Artesanas de Candelaria	Chimichagua	Cesar
Asociación de Artesanas de Mandinguilla	Chimichagua	Cesar
Asociación de Artesanas de Saloa	Chimichagua	Cesar
Asociación de Artesanos del Cesar- ASOARTE	Valledupar	Cesar
AKOTCHIJIIRRAWA, Asociación de Autoridades Tradicionales Wayuu	Bahía Portete	Guajira
AYATAAIN, Fundación de los pueblos indios de la Guajira	Bahía Portete	Guajira
Artesanías Kanaspi Guajira	Santa Marta	Magdalena
Artesanos Unidos del Magdalena	Santa Marta	Magdalena
Artesanos del barrio María Eugenia- Talla en Piedra Jabón	Santa Marta	Magdalena
Asociación de Grupos de Artesanos y Artesanas del Resguardo indígena ZENU De San Andrés de Sotavento	San Andrés de Sotavento	Córdoba
Asociación de explotación Artesanal de Tuchín	Tuchín	Córdoba
Grupo de Artesanos de Canalete	Cerete	Córdoba
Grupo de artesanos de Sabanal (GRANAL)	Montería	Córdoba
Asociación de Artesanos de Córdoba	Montería	Córdoba
Grupo de Ceramistas MOMIL3	Momil	Córdoba
Asociación de Artesanos de Momil (Asoarmo)	Momil	Córdoba
Mujeres Artesanas resguardo embera Katios (URRA)	Ciénaga e oro	Córdoba
Asociación de Artesanos de San Antero	San Antero	Córdoba

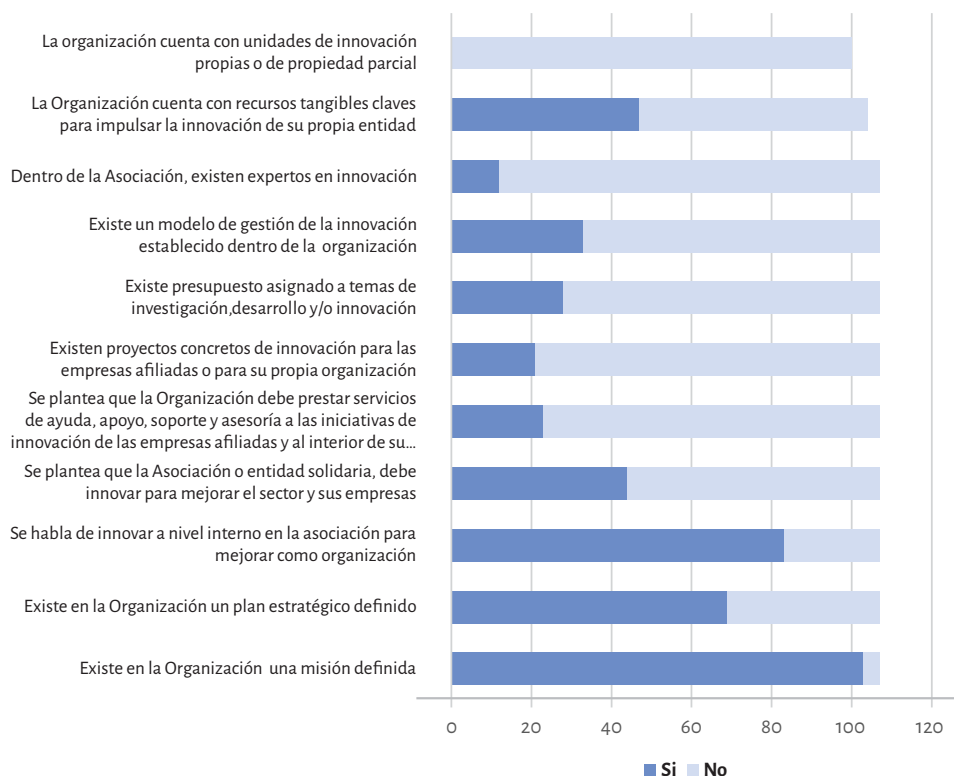
Fuente: Estudio Ocupacional De Los Subsectores Artesanales De Tejeduría Y Cerámica–Alfarería.

Es de aclarar que esta no es una lista exhaustiva, sino más bien son las más representativas de las organizaciones, pues muchas de las asociaciones no están constituidas formalmente, están unidas a través de relaciones familiares y, de acuerdo con sus intereses pueden ir creciendo, o también desapareciendo.

En el 2019, la encuesta se aplicó a 107 organizaciones culturales ubicadas en Sucre y Córdoba con el objetivo de evaluar su capacidad organizacional y entre los hallazgos más representativos es que el 96,3% de ellas tienen claridad sobre su razón de ser (misión) y el 64,5% tienen un plan estratégico definido; entienden la importancia de la innovación en un 77,6% de los casos; pero en el momento de la aplicación, el resultado es contrario: ninguna de las entidades encuestadas cuenta con unidades de innovación, y tan sólo el 44% cuenta con los recursos como software, equipos, laboratorios para impulsar la innovación y el 11,2% tienen expertos en innovación. Ello da cuenta de que no existe un modelo de gestión (69,2%) y menos un presupuesto asignado para la innovación (73,8%) (Ilustración 6).

A pesar de que la encuesta no se aplicó a toda la Región Caribe, por lo conversado con las personas en el recorrido realizado, existe claridad por parte de los asociados sobre cuál es la razón de ser de la organización y el propósito de cada uno de ellos dentro de la misma. En muchos casos la razón de asociarse es aumentar la posibilidad de vender sus productos; no obstante, también reflejan realidades como que el producto se hace con una técnica aprendida por generaciones, pero cuando la aplican dejan en libertad su mente y creatividad, para dar origen a su producto artesanal y en tal sentido, no valoran esa estandarización que requieren los comerciantes, y no entienden exactamente de que se trata la innovación.

Ilustración 6. Capacidad organizacional de las asociaciones de artesanos



Fuente: Elaboración propia.

4.4. Comercialización en las Organizaciones Solidarias De La Costa Caribe Colombiana

4.4.1. Artesanías de Colombia y PROCOLOMBIA impulsores de la artesanía colombiana a nivel internacional

Artesanías de Colombia S.A., constituida en 1964 es una sociedad de economía mixta, del orden nacional, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo cuyo objetivo es la promoción y el desarrollo de todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, requeridas para el progreso de los artesanos del país y del sector en general. Dentro de sus funciones figuran la promoción, divulgación, posicionamiento y mercadeo de productos artesanales, para lo cual participa en espacios estratégicos y acomete acciones para fortalecer el posicionamiento del sector artesanal, a nivel nacional e internacional; así mismo, desarrolla estrategias de comercialización, lo cual incluye la creación y administración de centros artesanales, establecimientos comerciales y sedes de formación, que se dedican a la promoción, comercialización, educación y mejoramiento del sector.

Por su parte, PROCOLOMBIA brinda apoyo a los empresarios de todo tipo en el diseño y puesta en marcha de Programas de Exportación de mediano y largo plazo. Específicamente para el sector de *Regalos y Artesanías* se han diseñado cuatro programas de Unidades Exportadoras, para ser usados como instrumentos vitales en el logro de la estrategia de promoción para la comercialización de productos artesanales de exportación, para ello se integran a empresas que tienen en común un mercado, un producto, o un canal de comercialización en el exterior. Con ello se busca propiciar a los actores principales (artesanos) herramientas y conocimientos específicos del mercado internacional.

En el 2018, las exportaciones de Artesanías de Colombia lograron un valor de casi US\$3 millones, siendo Estados Unidos y Ecuador los compradores más importantes, mercados que valoran los productos amigables con el medioambiente y con valor agregado. De acuerdo con una exploración de ProColombia se detectan oportunidades para las artesanías colombianas en 25 países de diferentes continentes como Suiza e Italia en Europa, Nueva Zelanda y Australia en Oceanía o países asiáticos como Rusia, Corea del Sur, Japón, Emiratos Árabes Unidos (Procolombia, 2019).

4.4.2. Características representativas del mercado artesanal, para las asociaciones en Sucre, Córdoba, Bolívar, Atlántico, Magdalena, Cesar y Guajira

Algunos de los informes relacionados con la caracterización, como los estudios del sector realizados por Artesanías de Colombia desde 1989 hasta el 2017 y por el centro de investigación y documentación para la artesanía; identifican, clasifican y categorizan los oficios, como forma para abrir camino hacia la formulación de políticas públicas en torno a los mismos, según lo registrado en el documento urdimbres, laboratorios creativos de oficios artesanales (Ortigoza, Puerta, & Silva, 2017).

Sin embargo las políticas públicas en términos de oficios artesanales, no han tenido modificaciones sustanciales y se observa que los procesos productivos artesanales por oficios, en la zona de estudio costa norte colombiana, se mantiene en labores tradicionales, como carpintería, ebanistería, calado, talla, tornado, talabartería, tejeduría en telar, tejidos, bordados, aplicaciones en tela, costura o confección, cordelería, e, hilandería, mimbrería, cestería, platería, joyería, bisutería, alfarería, cerámica, muñequería, con torcido y trenzado a mano (Artesanías de Colombia, 2012).

En el último informe sobre el proceso de caracterización de los artesanos del país (2019), en la Región Caribe el 71% de los encuestados reportó que sus productos son comercializados de forma directa con el cliente final – siendo más representativa esta forma en Atlántico (86%) y La Guajira (81%) –, 21,9% por medio de asociaciones –siendo el César, el departamento que más trabaja esta forma de comercializar (81%) –, el 21% a través de intermediarios y el 5,8% en puntos de venta (Tabla 14). Si se compara con las cifras nacionales – en las cuales el 76,2% comercializan los productos de forma directa, el 21,8% con intermediarios, el 8,2% con asociaciones y 7,3%, en puntos de venta-, la gran diferencia se presenta en que en la zona norte del país se trabaja en mayor proporción con asociaciones. Tan sólo el 17,3% de los artesanos de la Región Caribe participa en ferias y eventos de exhibición y comercialización de artesanías; en contraste en el orden nacional, el 27,9% de los artesanos caracterizados utilizan esta práctica de comercialización, de hecho:

los departamentos en donde se presenta mayor proporción de participación en ferias son Bogotá (52.4%), Cundinamarca (51%) y Antioquia (45%). Esta situación se relaciona con los lugares en los que se realizan las principales ferias artesanales: Expoartesanías en Bogotá y Expoartesano en Medellín (MinCIT, 2019).

Por su lado, con relación a las dificultades de comercialización, las personas encuestadas en el Caribe colombiano encuentran que la principal dificultad es la competencia (40,9%) dado que existe una oferta de productos artesanales iguales, especialmente en departamentos como César, La Guajira y Sucre. En segundo lugar, establecen que los precios (29,8%) dificultan el proceso de comercialización, factor casi tan importante como el costo de transporte (23,7%), lo cual se explica porque muchos de los artesanos están localizados en zonas rurales y/o en territorios indígenas que no son de fácil acceso, y es por ello que Magdalena, César y La Guajira, son los departamentos que manifiestan principalmente esta problemática.

Para los artesanos de la Región Caribe el desconocimiento de los mercados y de las preferencias de los compradores es importante en un 25,4%, lo cual significa que es preocupación para una cuarta parte de los artesanos, no obstante, no llega a ser tan significativa, como el primer lugar que ocupa a nivel nacional (34,8%) (MinCIT, 2019).

Tabla 14. Características de la comercialización en la Región Caribe

		Atlántico	Bolívar	Córdoba	César	La Guajira	Magdalena	Sucre	Promedio
Formas de comercialización de la artesanía	Venta directa	86,0%	75,0%	74,0%	71,0%	81,0%	65,0%	45,0%	71,0%
	Por intermediarios	16,0%	32,0%	33,0%	1,0%	20,0%	11,0%	35,0%	21,1%
	Trabajador familiar								
	Puntos de venta	6,0%	8,0%	4,0%		9,0%		2,0%	5,8%
	Asociaciones	5,0%	8,0%	5,0%	81,0%		25,0%		19,0%
Participación en Ferias artesanales	Si	23,0%	14,0%	21,0%	10,0%	12,0%	25,0%	16,0%	17,3%
	No	77,0%	86,0%	79,0%	90,0%	88,0%	75,0%	84,0%	82,7%
Principales dificultades para comercializar	Competencia	31,0%	35,0%	36,0%	62,0%	51,0%	23,0%	48,0%	40,9%
	Transporte				23,0%	19,0%	29,0%		23,7%
	Precios	22,0%	30,0%	27,0%				40,0%	29,8%
	Desconocimiento	28,0%	19,0%	28,0%			12,0%	40,0%	25,4%
	Ninguna	25,0%	27,0%	20,0%	20,0%	25,0%	23,0%		23,3%
	Distancia					18,0%			18,0%
	Baja producción							19,0%	19,0%

Fuente: Elaboración propia con base en el Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal (2018).

4.4.3. Elementos de comercialización: escenarios de ventas, intercambio de oferta-demanda

En la investigación de campo, de acuerdo con la recopilación de información se encontró que alcanzar el mercado internacional dependerá del reconocimiento de la artesanía con aspectos relacionados con la cultura, el diseño, la usabilidad del producto y los acabados. Entre mayor relacionamiento tenga el objeto artesanal con culturas vivas, más apetecido será en el mercado internacional, en tal sentido son más susceptibles para el ingreso a mercados internacionales las *artesanías étnicas*: las mochilas Wayuu, lo mismo que la Arhuaca y el sombrero vueltiao son artesanías con estas características y que gozan de prestigio internacional.

Para entender el alcance del mercado artesanal, los escenarios de ventas y el intercambio entre la oferta y demanda, se tomará como ejemplo el canal de comercialización de las mochilas Wayuu, y aunque cada artesanía tiene sus especificidades, en términos generales funcionan de forma similar.

En La Guajira se encontró que en la cadena de comercialización existen diversas formas de llegar al cliente final, en particular con lo relacionado a las mochilas Wayuu. Una primera forma, es la venta al detal que se encuentra de forma típica sobre la avenida primera de Riohacha, una especie de mercado artesanal. Allí se encuentra una amplia oferta, con diversidad de vendedoras, normalmente son mujeres Wayuu, algunas de ellas mientras están ofreciendo el producto artesanal van tejiendo su producto. Otras, se dedican sólo a la venta, los productos que se encuentran en exhibición son traídos de rancherías que se encuentran fuera de la ciudad capital del departamento. En este lugar, los compradores principales son de un perfil que llamaremos *turistas*, ellos van en búsqueda de un recuerdo

para ellos o para sus familiares e incluso quieren una experiencia turística al compartir con una persona de una cultura diferente, sus motivaciones son más emocionales y de tipo cultural.

Existe otro sitio de venta, que se llama el Mercado Nuevo, dirigido a otro tipo de compradores, quienes van a este lugar ya son más del tipo intermediario, que quiere comprar más de una unidad y que en tal sentido está buscando negociar el precio por cantidad, dado el número de unidades que está dispuesto a comprar; allí los vendedores (pueden ser hombres o mujeres) también tienen otro perfil, son más del tipo *comerciantes*, muchos de ellos son *alijunas* (persona no wayuu en wayuunaiki). En este mercado se pueden encontrar indígenas quienes, ante la imposibilidad de comprar la materia prima, ofrecen sus servicios para -allí mismo- tejer hasta entregar el producto terminado. Igualmente, este lugar es el centro de aprovisionamiento de materia prima y materiales diversos para la elaboración de los productos artesanales; es decir, aquí confluyen compradores tanto de materia prima como de producto terminado. Las motivaciones del comprador están más relacionadas con la racionalidad económica: obtener más al menor precio.

Los intermediarios que atienden otros mercados del país tienen el propósito de asegurar un abastecimiento de cantidades mayores y con cierta regularidad; por tanto su necesidad es asegurar calidad y cantidad del producto artesanal -al mismo tiempo-, sin necesidad de desplazarse hasta La Guajira para ello, de tal manera que quiere una relación a largo plazo. Seguramente en la primera compra o primeras compras si visitó el lugar y estableció contacto con varios *comerciantes* o con representantes de asociaciones de artesanos, incluso pudo haber visitado rancherías y dialogado con vendedores ambulantes, hasta que escogió cuál sería su proveedor basado en la confianza que éste le pudiera generar. En este sentido, se combinan motivaciones tanto emocionales (en busca de confianza y relación de largo plazo), como racionales (relación calidad-precio) entre negocios comerciales o personas jurídicas, la artesanía prácticamente pierde todo valor cultural. En este caso, la cadena es más del tipo B2B (*Business to Business*).

Hasta ahora nos hemos referido al comprador que se desplaza a La Guajira para adquirir el producto artesanal; pero también se debe considerar la forma en la que desde este departamento se promociona el producto en otros mercados a nivel nacional. La forma más común es participar en ferias, las más reconocidas en Colombia son Expoartesanías (en Bogotá) y Expoartesanos (en Medellín), este espacio comercial organizado por Artesanías de Colombia cumple con varios fines: el primero de ellos es generar un espacio de promoción cultural de la identidad de las comunidades de artesanos, así como de sus tradiciones; a su vez busca que el artesano (quien debe estar afiliado a una asociación) tenga la oportunidad de vender sus productos directamente al comprador, generando relaciones estables y duraderas con otros compradores, al tiempo que abre nuevos canales de comercialización (Tobón, 2014). Esta inmersión de las asociaciones de artesanos a otros mercados de carácter regional o nacional contribuye a estimular la demanda, tanto de compradores del tipo individual

interesados en conseguir una artesanía - a la que se denominará B2C (*Business to Consumer*)-, como de comercializadoras que están interesadas en relaciones comerciales que perduren en el tiempo (*Business to Business*).

Artesanías de Colombia y Procolombia han logrado promocionar el trabajo artesanal para lo cual han promovido la participación de cooperativas y asociaciones de artesanos en ferias internacionales; esto ha abierto la posibilidad de dar a conocer las artesanías en varias partes del mundo. La pretensión es encontrar un intermediario del otro país que se interese por el producto artesanal (*Business to Business*). El mercado internacional ha sido proveído durante mucho tiempo por Artesanías de Colombia, pero no son la única empresa comercializadora, el número de empresas que exportan estos productos ha venido creciendo.

En Tuchín se encontró un caso, en el cual las exportaciones se están haciendo de forma directa: es tradicional en este municipio trabajar con la artesanía a base de caña flecha y más específicamente el sombrero vueltaio; esta familia se ha dedicado a ello desde pequeños, hoy tienen su propio punto de venta en la zona urbana en un local de alrededor nueve metros cuadrados, donde están exhibidos tanto los productos elaborados por su propia familia como los comprados a otros indígenas Zenú. Aunque el local es muy pequeño, este punto de venta tiene el propósito de servir de centro de acopio para atender a sus clientes de origen nacional e internacional. Esto lo han logrado, gracias a que el mayor de los hijos estudió negocios internacionales, y es quien ha contribuido con la ampliación de los ingresos de su familia, gracias al conocimiento que tiene, por un lado, del proceso para elaboración del producto artesanal, así como los valores y tradiciones culturales inmersos en él; y por el otro, el manejo de redes sociales y el conocimiento sobre cómo realizar una exportación, han sido impulsores importantes para “el negocio familiar”.

Si bien es cierto, que lo anteriormente expuesto señala las generalidades del funcionamiento de los canales de distribución de la artesanía (Ilustración 7), en el trabajo de campo realizado se encontró una estrecha relación entre el sector turismo, con el sector artesanal. Así, Cartagena y Santa Marta, ciudades reconocidas como destinos turísticos importantes del país, son vitrinas importantes de las artesanías. En Cartagena se encuentran tiendas de artesanías en lugares de gran afluencia turística como el Centro Histórico y Bocagrande, además frecuentemente se realizan ferias de artesanías, e incluso se encuentra un mercado al aire libre en la Plaza de Santa Teresa. De igual forma sucede en Santa Marta, Distrito Turístico, Cultural e Histórico, allí las ferias artesanales son permanentes y con mayor regularidad en la temporada alta. En estas dos ciudades, se pueden encontrar productos artesanales de diferentes regiones del país e incluso del mundo, en Santa Marta encontramos artesanías de México y de Venezuela.

Ilustración 7. Canales de comercialización de la artesanía dependiendo el mercado



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de San Jacinto (Bolívar), Sampués (Sucre), Chinú (Sucre) la estrategia de los artesanos es colocar puntos de venta sobre la carretera Troncal de Occidente, de esta forma es un mercado abierto a todos los viajeros que van hacia el interior del país o que viajan del interior hacia la Región Caribe; y además se utiliza lo que llamaremos *venta cruzada*, con ello se hace referencia a que en San Jacinto, también se encuentran artesanías de toda la región, como bolsos y mochilas guajiras, artesanías en caña flecha de Tuchín, monederos y objetos de madera producidos en Sampués; de tal forma que se aprovecha para realizar la venta de artesanías de diferentes zonas de la región.

En el caso del municipio turístico de Usiacurí, ubicado en el Atlántico, las artesanas que tejen en palma de iraca, realizan sus ventas en las terrazas de las casas que forman el sendero para llegar a uno de los principales atractivos turísticos del municipio: la casa del poeta chiquinquireño Julio Flórez. Así mismo, desde la Alcaldía, la Gobernación y junto con el Viceministerio de Turismo se fomentó la creación del mercado artesanal, que está ubicado frente a la casa del poeta y cerca a los pozos de aguas termales donde Julio Flórez llegó para recuperarse de sus problemas de salud.

En el mismo sentido de la comercialización artesanal en territorios turísticos, sucede en los municipios de Tolú y Coveñas en Sucre, allí se manejan dos modalidades, tiendas donde se comercializan diversas artesanías y la venta ambulante. En estos municipios, sin ser reconocidos por sus artesanías, si se encuentran diversidad de productos artesanales de la

región Caribe; estos puntos de venta normalmente son atendidos por *comerciantes paisas*. Dentro de las artesanías las que principalmente se ofrecen son los sombreros vueltiaos, ello gracias a la cercanía con los centros de producción de este producto. Es común que en las playas donde están los turistas se acerquen los vendedores ambulantes (hombres indígenas Zenú) ofreciendo los sombreros vueltiaos; ellos vienen desde Tuchín, San Andrés de Sotavento, y sus resguardos indígenas para ofrecer sus artesanías.

En conclusión, el desarrollo del sector artesanal debe ser integrado al desarrollo del sector turístico, especialmente cuando se piensa que este último tiene un Viceministerio que cada 4 años tiene un Plan Estratégico de Turismo, además de unos recursos manejados a través de Fontur que fomentan y promueven la inversión en el sector. No pasa lo mismo en el sector artesanal.

4.5. Análisis de los desafíos del sector artesanal para un desarrollo sostenible

El recorrido a lo largo de este documento ha demostrado la gran cantidad de desafíos a los que se ven enfrentados tanto las asociaciones, como los mismos artesanos. Algunos desafíos trascienden el accionar sobre los mismos artesanos o las asociaciones de artesanos. Esto implica que se han clasificado en dos tipos de desafíos, el primero está relacionado con los actores institucionales que apoyan al sector, y el segundo, se refiere a los retos encontrados en los artesanos y/o asociaciones de artesanos.

4.5.1. Desafíos para los actores institucionales que apoyan al sector artesanal

Artesanías de Colombia ha venido realizando cambios en la estrategia de promoción del sector artesanal y en el apoyo que a él se le brinda, de tal forma que el programa de Laboratorios de Diseño e Innovación, cuyo funcionamiento ha demostrado que la descentralización no sólo era necesaria sino urgente, ha traído resultados importantes.

Otro elemento que, sin duda, ha traído beneficios para el sector es el relacionado con la caracterización de los artesanos del país, pues esta información se usa para la formulación de proyectos que atiendan a las necesidades concretas de los artesanos, y como bien se observó en este documento focalizado en la Región Caribe, dado el contexto multicultural colombiano tan diverso, así como su geografía, son múltiples las diferencias en los requerimientos de los territorios en general y de los municipios en particular. La realización de estos estudios, es una tarea dispendiosa y costosa, por la posibilidad de acceder a los artesanos y por ende a la información requerida, ello debido a la ubicación de estas personas en zonas rurales -algunas de difícil acceso-. No obstante, lo anterior es sin duda uno de los desafíos que tendrá que seguir asumiendo Artesanías de Colombia con el propósito de seguir alineando sus planes, programas, proyectos y actividades a los requerimientos reales del público al que atiende.

Las personas que se dedican a la elaboración de artesanías en la Región Caribe, en términos generales, son personas con una alta vulnerabilidad (66%); bien porque en su mayoría son mujeres (72,7%); habitan zonas rurales (27,7%) o en resguardos indígenas (22%), y quienes habitan en zona urbana, vienen de zonas rurales desplazados por la violencia; con hogares conformados por más de 4 personas (66,8%) y sus ingresos no superan los dos salarios mínimos (96,1%). De hecho, solamente el 19,7% de los artesanos son considerados NO pobres; comparado con las cifras departamentales (45,7%), son más propensos a ser pobres (quienes ganan por debajo de \$244.392). Esto lleva a otro gran desafío, que no sólo es para el sector artesanal, sino que implica a todos los colombianos y están conexos con el compromiso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), ante los cuales tenemos un llamado universal para poner fin a la pobreza de quienes se han dedicado a preservar la memoria cultural de nuestros antepasados. Por tanto, debemos generar mecanismos que garanticen que todas estas personas gocen de paz y prosperidad para 2030; así las cosas, el *Comercio Justo* es la alternativa.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible reconocen que las acciones emprendidas para el desarrollo deben equilibrar la sostenibilidad tanto medio ambiental, como la económica y la social. Los objetivos planteados para alcanzar en el 2030, son los siguientes:

1. **Erradicar la pobreza** en todas sus formas en todo el mundo.
2. **Poner fin al hambre**, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y **promover la agricultura sostenible**.
3. Garantizar una vida saludable y **promover el bienestar** para todos, para todas las edades.
4. Garantizar una **educación de calidad inclusiva y equitativa**, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
5. Alcanzar la **igualdad entre los géneros** y empoderar a todas las mujeres y niñas.
6. Garantizar la **disponibilidad** y la gestión sostenible **del agua** y el saneamiento para todos.
7. Asegurar el **acceso a energías** asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos.
8. Fomentar el **crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos**.
9. Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la **industrialización inclusiva y sostenible**, y fomentar la innovación.
10. **Reducir la desigualdad** en y entre los países.
11. Conseguir que las ciudades y **los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles**.
12. Garantizar las **pautas de consumo y de producción sostenible**.
13. Tomar medidas urgentes para **combatir el cambio climático y sus efectos** (tomando nota de los acuerdos adoptados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).

14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, mares y recursos marinos para **lograr el desarrollo sostenible**.
15. Proteger, restaurar y promover la utilización sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de manera sostenible los bosques, combatir la desertificación y detener y **revertir la degradación de la tierra, y frenar la pérdida de diversidad biológica**.
16. Promover **sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible**, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de ejecución y **reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible**.

La revisión exhaustiva de cada uno de estos objetivos permite visualizar los retos que tiene el sector artesanal, pues al leer cada uno de ellos, se han subrayado los retos que aplican para los actores de la cadena de valor de las artesanías. Esto significa que pensar en una propuesta para el desarrollo sostenible ante todos los desafíos que se encuentran en el sector implica la integración de actores gubernamentales, del orden nacional, departamental y local, además de que la academia se integre a las propuestas de solución; más ahora que la situación se ha agravado por los efectos de la pandemia del Covid-19 y ha parado de manera abrupta al sector de viajes y turismo, que está interconectado estrechamente con la demanda de productos artesanales.

4.5.2. Desafíos para el sector artesanal

Ahora bien, entrando a revisar los aspectos relacionados con el diagnóstico externo e interno de las asociaciones de artesanos, producto de los capítulos anteriores y sin el ánimo de ser repetitivos, los desafíos se han catalogado en las diferentes áreas de la gestión de las organizaciones, es decir en capacidad de producción, capacidad organizacional, capacidad competitiva y capacidad financiera (Ilustración 8).

Ilustración. Desafíos de las asociaciones de artesanos para su desarrollo

Capacidad de producción	Capacidad organizacional	Capacidad competitiva	Capacidad financiera
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de producción limitada. • Acceso a materias primas / materiales / herramientas. • Acceso al <i>saber hacer</i> artesanal. • Alianzas productivas con otros miembros de la cadena de valor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formalización. • Asociatividad. • Certificaciones / Denominación de origen. • Innovación y diseño de nuevos productos. • Capacidad para realizar trámites / diligenciar documentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a los mercados. • Acceso TICs para la promoción • Habilidades de comercialización. • Diversidad de canales de comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a créditos. • Definición del precio justo.

Fuente: Elaboración propia.

Analizando cada uno de los tópicos expuestos se pueden identificar los inmensos retos que, en términos organizacionales, tienen las asociaciones de artesanos de la Región Caribe. El primero de ellos está relacionado precisamente con la asociatividad, pues no es una práctica que se evidencie en esta región, el 77,4% de los encuestados manifestó que su rol en el sector es trabajar en forma independiente. Derivado de ello, se presentan dificultades para establecer alianzas productivas con miembros de la cadena de valor y por su puesto su capacidad de producción se ve limitada a lo que de forma individual o con sus familias, puedan responder. El efecto es que exista en las futuras generaciones la percepción de que es necesario terminar con ese ciclo de pobreza, pues los más jóvenes asocian la artesanía con productos de escaso “valor”, que perpetúan la pobreza. Esto implica la pérdida del conocimiento, del *saber hacer* de los artesanos, más teniendo en cuenta que a nivel nacional el 63% de artesanos tienen edades entre los 30 y los 60 años y un 23% de más de 60, es decir que tan sólo el 14% son menores de 30 años (Artesanías de Colombia, 2019).

Ahora bien, dadas las características socioeconómicas de esta población en las que ha quedado demostrado que son grupos vulnerables, y que incluso algunos -especialmente la población indígena- manifiestan no saber leer ni escribir, es difícil pensar que están en la capacidad de formalizar sus negocios, realizar trámites, diligenciar documentos o calcular el valor de sus artesanías. Esto los coloca en una posición aún más desventajosa, con relación a un mercado artesanal que se mueve de acuerdo con las tendencias de un mundo globalizado. Estas tendencias implican que hoy la comercialización se realiza a través de nuevos medios digitales y que brinda la posibilidad de acceder a mercados no sólo del tipo local o regional, sino que abre las puertas al mundo; pero dada la imposibilidad de nuestros artesanos por la escasez de capital económico, organizacional, relacional y tecnológico- de utilizar dichas herramientas, para ellos en lugar de romper las barreras geográficas, los aísla aún más, e incrementa su vulnerabilidad de forma estructural. Este panorama tan complejo, dificulta el acceso al crédito para toda la población artesanal.

4.5.3. Análisis DOFA

A manera de resumen y de forma exhaustiva de acuerdo con la información recopilada a lo largo del documento se ha construido el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas) que permite en una sola tabla tener el panorama completo del sector.

Debilidades	Amenazas
Los hijos de los artesanos perciben que este oficio no genera ingresos suficientes para sus familias.	Países reconocidos a nivel mundial en Artesanías que trabajan productos artesanales similares.
Utilización de recursos naturales en forma excesiva, en algunos territorios ha implicado traer la materia prima de otros departamentos del interior del país.	La diversidad en términos de producción, no permite clasificar a las artesanías en un solo sector en la economía colombiana, por tanto no se puede medir el impacto de esta actividad.
La diversidad de productos artesanales no permite reconocer el verdadero aporte a la economía del sector artesanal, pues en la medición hecha por el DANE está disperso en diferentes renglones de producción.	Los cursos de formación en la elaboración de artesanías, aunque pueden significar la transferencia de conocimiento, también puede implicar la pérdida del contexto cultural y del patrimonio inmaterial inherente a la artesanía.
La diversidad en el desarrollo organizacional de los artesanos, lo cual implica que no haya programas de formación que atiendan las necesidades específicas de cada grupo de artesanos.	El mayor beneficio económico normalmente se ha concentrado en quienes ejercen la labor de comercialización y no en los productores de artesanías.
Poco avance tecnológico en la producción artesanal, lo cual afecta la productividad del sector, al tiempo que preserva las técnicas que eran utilizadas por los antepasados.	En virtud de que las artesanías normalmente se elaboran en zonas rurales, el acceso limitado a servicios públicos (energía eléctrica), limita también la producción.
Desconocimiento de la forma de establecer el precio al producto artesanal y con ello se establece un bajo poder de negociación.	Reemplazo de materias primas de la región por productos industrializados que provienen de otras regiones.
Falta una feria artesanal en una ciudad de la región Caribe para promover los productos de la región.	Costos de transporte, tanto para proveerse de materia prima como para la entrega del producto artesanal.
Oferta artesanal poco diversificada: en un territorio se ofrecen los mismos productos, por ejemplo en los municipios donde se trabaja la caña flecha, la mayoría de artesanos se dedican a la elaboración de sombrero vultiao, olvidándose de otros productos artesanales que se pueden diseñar con esta materia prima	Imitaciones de productos artesanales con una relación calidad/precio que atrae a algunos compradores.
Los artesanos carecen de una adecuada formación académica.	El abastecimiento de materias primas es más complicado cuando proceden de procesos biológicos vegetales.

Fortalezas	Oportunidades
La Región Caribe tiene una amplia gama de productos artesanales.	Las artesanías son consideradas piezas únicas.
La Región Caribe concentra gran parte de la población artesanal del país.	Las artesanías satisfacen diversos tipos de necesidades.
Los conocimientos sobre el proceso de producción artesanal se transmiten de generación en generación.	Colombia es considerado a nivel mundial con una gran riqueza natural y cultural.
Algunos productos de la Región Caribe cuentan con denominación de origen.	El comercio internacional de la artesanía ha venido creciendo.

Fuente: Elaboración propia.

Fortalezas	Oportunidades
Población indígena con conocimientos ancestrales.	Apoyo del gobierno nacional a la Economía Naranja.
La usabilidad de los productos artesanales, amplía los argumentos de venta.	Crecimiento de las diversas actividades promovidas desde Artesanías de Colombia.
Reconocimiento de varios municipios que son expertos en ciertos productos artesanales.	La última versión de Expoartesánías se realizó a través de plataformas digitales.
	Integración del sector artesanal con el sector turismo, para el impulso de las dos actividades económicas: venta cruzada.
	Acceso a medios digitales que permiten contactos más frecuentes entre los actores de la cadena de valor, e incluso la promoción a través de redes sociales.
	El programa de <i>Laboratorios de Diseño e Innovación</i> que permiten aprender y desarrollar técnicas para mejorar las capacidades en diseño y elaboración de artesanías.
	La <i>Etiqueta Ecológica</i> para difundir un mensaje de responsabilidad con el medio ambiente.
	<i>Benchmarking</i> promovido desde Artesanías de Colombia para el impulso a la cooperación.

Fuente: Elaboración propia.



Capítulo 5. ■

Estrategias para el desarrollo sostenible de las asociaciones artesanos de la Región Caribe

Capítulo 5.

Estrategias para el desarrollo sostenible de las asociaciones de artesanos de la Región Caribe

No pretendemos que las cosas cambien, si siempre hacemos lo mismo. La crisis es la mejor bendición que puede sucederle a personas y países, porque la crisis trae progresos. La creatividad nace de la angustia, como el día nace de la noche oscura. Es en la crisis que nace la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Quien supera la crisis, se supera a sí mismo sin quedar “superado”.

Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones. La verdadera crisis, es la crisis de la incompetencia. El inconveniente de las personas y los países es la pereza para encontrar las salidas y soluciones. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Sin crisis no hay méritos. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno, porque sin crisis todo viento es caricia. Hablar de crisis es promoverla y callar la crisis es exaltar el conformismo. En vez de esto, trabajemos duro. Acabemos de una vez con la única crisis amenazadora, que es la tragedia de no querer luchar por superarla.

Albert Einstein

Este estudio busca, no solo establecer los desafíos que enfrentan los artesanos de la Región Caribe, sino -más importante aún- identificar cuáles serían las posibles soluciones. Es un hecho que la crisis del sector artesanal de Colombia, se origina por el conflicto entre una oferta tradicional estancada y las nuevas demandas de un mundo globalizado que requiere formas de producción y comercialización adaptadas a las exigencias de productividad y competitividad actuales.

En tal sentido si queremos la inserción del sector artesanal se requiere un justo equilibrio entre la transformación para la competitividad con la valorización del patrimonio cultural y el respeto a las tradiciones. Así las cosas, existe potencial para implementar nuevos procesos

tecnológicos soportados en herramientas TICs y modelos de negocio innovadores, pero para ello es necesario el diseño de estrategias que permitan transformar las debilidades del sector en planes y/o proyectos que se deben ejecutar.

En el diseño de dichas estrategias se definieron cuatro líneas de actuación en las que se condesan tanto los desafíos establecidos como los resultados del uso del Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM) y el Perfil de Capacidad Interna (PCI). El objetivo de estos lineamientos estratégicos es incrementar la competitividad de los artesanos de la Región Caribe para enfrentar las demandas de un mundo globalizado y el entorno en el que se desenvuelven, respetando y poniendo en valor los elementos patrimoniales que representan las artesanías, de tal forma que la cultura se convierta en un generador de desarrollo para los territorios.

Las líneas de actuación establecidas para cumplir con dicho propósito fueron cuatro: i) actuación institucional, ii) certificaciones, iii) formación y iv) comercialización, las cuales se desarrollan a continuación:

Actuación interinstitucional

En el capítulo anterior se observó que existen una serie de condiciones estructurales en los artesanos que trascienden al sector en estudio, en tal sentido pensar que con estos lineamientos se debe atender al primer objetivo de los ODS (erradicar la pobreza), inmediatamente significa que el trabajo a emprender no es de poca monta; más si se toma en cuenta, que las personas que están vinculadas al sector son más propensas a ser pobres, y que las acciones a emprender deben verse reflejadas no solo en nuevos conocimientos sino también en ingresos y beneficios sociales.

Por ende, el trabajo que se emprenda debe incluir diversas instituciones que no necesariamente son del sector artesanal; así, se considera de gran relevancia el papel que han de asumir el Ministerio de Cultura, el Viceministerio de Turismo, además de las Instituciones de Educación Superior, solo por nombrar unas pocas.

La primera acción que se propone es que **Artesanías de Colombia** continúe generando alianzas entre diversas universidades de todo el país, y en este caso en particular de la Región Caribe, pues de acuerdo con los datos obtenidos la diversidad multicultural, de tipos de artesanía, de departamentos, de etnias, genera condiciones muy particulares en cada uno de los territorios. El trabajo que ha venido realizando con la Universidad Nacional ha sido de gran trascendencia.

Dado que en la elaboración de diversas artesanías se trabaja con fibras vegetales, con especies forestales maderables y no maderables y que para algunos procesos (por ejemplo de

tinturado) aún se utilizan formas tradicionales que requieren ser repensadas -pensando en la salud de las personas y la sostenibilidad del medio ambiente-, seguramente es importante la intervención de autoridades ambientales como el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible –MMADS-, las Corporaciones Autónomas Regionales -CARs- y hasta el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR-. Esto requiere un trabajo mancomunado entre las instituciones.

El **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo** juega un papel múltiple. Como primera medida, a causa de que Artesanías de Colombia está adscrita a este ente y ha venido realizando una labor importante en diversas áreas, es importante que ya se vaya descentralizando la marca de la artesanía, pues sin duda en Colombia existe la potencialidad en diferentes territorios de tal forma que se logren posicionar marcas como “Artesanías de La Guajira” o “Artesanías de Córdoba” o “Artesanías de Bolívar”, con ello se aunarán esfuerzos institucionales (Cámara de Comercio, Universidades, Gremios, Clúster de competitividad, etc.) a nivel departamental para consolidar en forma integral la cadena de valor artesanal de los territorios, propiciando la diversificación de los productos artesanales y el mejoramiento de la calidad de la oferta artesanal, para lo cual organizará eventos, muestras y ferias, utilizando la nueva marca registrada. En este momento, los mercados más importantes están precisamente en Bogotá y Medellín, donde se realizan las ferias más importantes del país.

Una segunda forma en la que se involucrará este Ministerio, es a través del Viceministerio de Turismo. Sin duda existe una estrecha relación entre estas dos actividades económicas. Los atractivos turísticos son de tipo natural y cultural; la artesanía y el trabajo artesanal, pertenecen a este último grupo, como parte de las tradiciones locales; por tanto, se concreta como una de las manifestaciones culturales que más directamente se enlazan con la industria turística, constituyéndose en una de las expresiones más demandadas por los visitantes. En estas condiciones, las estrategias de desarrollo turístico que requieren un proceso planificado como el diseño de producto turístico, en el cual tanto la valoración de la cultura y sus manifestaciones (en este caso la artesanía), como la preservación del medio ambiente pasan a tomar posiciones relevantes. Así las cosas, se demandan proyectos que oferten a la artesanía como un producto turístico diferenciado, en el cual se asocien criterios que por un lado promocionen la identidad cultural, al tiempo que valoren la diversidad cultural. En otras palabras, el desarrollo del sector artesanal debe ser integrado al Plan Estratégico de Turismo que cada cuatro años construye el Viceministerio de Turismo.

Un tercer mecanismo, es a través de la Superintendencia de Industria y Comercio, para que haya liderazgo con relación al proceso de Denominación de Origen. Pues todos los productos con denominación de origen, y marca registrada, acceden a privilegios como un alcance mayor de mercado y mejores precios asociados a la calidad e identidad, porque estas variables son valoradas por los compradores. En este momento sólo 29 productos cuentan con Denominación de Origen, de ellos, la tercera parte son artesanías. Es decir, en esto aún se debe avanzar de gran manera.

El **Ministerio de Cultura** realiza dos convocatorias (el Programa Nacional de Concertación Cultural -PNCC- y la Convocatoria de Estímulos) con el propósito de asignar recursos públicos para la ejecución de procesos, proyectos e iniciativas culturales en todo el país, para ello “invita a organizaciones sociales y culturales y entidades públicas y privadas sin ánimo de lucro, en diferentes niveles de desarrollo, cobertura y ubicación geográfica”. Si bien, en la última convocatoria presentaba un enfoque diferencial -reconociendo, por un lado, los derechos de los grupos étnicos y poblacionales y por otro, la pluralidad de las expresiones artísticas y culturales de las regiones-, existe el problema de las condiciones socio-económicas de muchos de los artesanos, lo cual hace que sea muy posible, que ni siquiera se enteren de esta posibilidad; por ello se necesitan mecanismos más fuertes en cada uno de los territorios que integren a los artesanos con actores que les ayuden para que puedan participar en estos mecanismos de financiación. Aquí los estudiantes de las universidades tienen una gran oportunidad de usar sus conocimientos en pro de una comunidad que requiere de ellos.

En este último año, uno de los grandes beneficiados es el índice de bancarización en el país, ello debido a que ya se pueden manejar cuentas de ahorro sin cuota de manejo, ni costo entre transferencias; ahora se requiere en una siguiente etapa el surgimiento de **bancos sostenibles**, también conocidos como banca ética o responsable, concepto relativamente nuevo para aquellos bancos que ofrecen servicios financieros, en los cuales prima invertir en proyectos ecológicos, en cooperativas de países en vías de desarrollo y en comercio justo, entre otros.

La **academia** por su parte, bajo la responsabilidad que tienen las Instituciones de Educación Superior de atender a las necesidades del medio, deben participar en proyectos de investigación conjuntos; así como proponer proyectos que van más allá de la formación (sin que ello sea una tarea de poco valor); de tal forma que se pueda ver la relación Universidad - Empresa-Estado-Comunidad, en pleno funcionamiento, mediante mecanismos de transferencia de conocimiento para compatibilizar la dualidad *artesanal* versus *tecnológico*; de esta forma se aprovecharán los conocimientos de cada uno de los actores y se valoran los saberes populares. Esto puede llevarse a cabo mediante asistencia técnica o prácticas de jóvenes universitarios, tal como se mencionó en el capítulo anterior; e inclusive, estas organizaciones artesanales, finalmente son empresas que requieren ser incubadas -con mecanismos diferentes a los tradicionales -, en los cuales los estudiantes puedan colocar en práctica sus conocimientos de mercadeo, de gestión, de contabilidad. Es por ello que integrar a los estudiantes universitarios con los artesanos puede generar sinergias en beneficios de todos.

Certificaciones

En el sector turismo, hace unos años la estrategia que se definió en pro de la competitividad fue trabajar sobre las Normas Técnicas Sectoriales - NTS-, ello con el objetivo de establecer unos acuerdos mínimos sobre lo que se espera en cuanto a los estándares de calidad en la prestación del servicio. Al igual que en las artesanías, en turismo existe una gran diversidad de productos ofertados, lo cual complejizaba esta tarea, hoy por hoy, existen más de 30 NTS, algunas de ellas enfocadas hacia la sostenibilidad. Estas normas fueron el primer paso, para posteriores certificaciones, y en el 2017 fue obligatorio que para obtener el Registro Nacional del Turismo RNT, se hiciera una evaluación con relación a la NTS correspondiente.

En el sector artesanal, no se puede hablar de estandarización porque va en contravía de la concepción misma de artesanía; no obstante, si existen certificaciones que dan cuenta de la calidad del producto artesanal; una de ellas es el Sello de Calidad **Hecho a Mano**, la cual es otorgada por Artesanías de Colombia, organismo ubicado en Bogotá, mientras que las asociaciones de artesanos están en territorios rurales de distintos departamentos del país. Precisamente por esta razón, vuelve y toma relevancia la descentralización de esta entidad, para que se puedan construir marcas territoriales.

En el ítem anterior se habló sobre la **Denominación de Origen** y el papel que en ese sentido debe asumir la Superintendencia de Industria y Comercio. Aquí se hará referencia a la urgencia del involucramiento de las dependencias departamentales encargadas de la cultura y el turismo en cada uno de los departamentos de la Región Caribe, para que asuman su papel de líderes de estos procesos, y de la creación de la marca territorial.

Por último, existe la certificación internacional de **Comercio Justo**, que se entiende “como un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos y la lucha contra la pobreza”. La definición oficial a nivel internacionales:

El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur. (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO)

Esta certificación abre las posibilidades para el comercio internacional, pues sus principios se basan en el aseguramiento de las condiciones laborales, que les permita a los artesanos vivir con dignidad, el aseguramiento de la No explotación laboral infantil, la búsqueda de Igualdad entre hombres y mujeres y el respeto al medioambiente porque los artículos se fabrican a través de prácticas respetuosas con el mismo.

Con las condiciones actuales, por lo menos, las encontradas en el recorrido realizado por el equipo de investigadoras, se podrían postular algunas asociaciones para aspirar a obtener esta certificación. La meta debe ser utilizar este mecanismo como herramienta de cooperación internacional para mejorar el acceso al mercado de los productores artesanales.

De acuerdo con los criterios establecidos por la Organización Mundial del Comercio Justo esta certificación se dirige más que para los productores para los comercializadores, con el propósito de que apliquen prácticas comerciales justas, como un pago justo, condiciones de trabajo seguras y saludables, sin discriminación de ninguna especie, generando oportunidades para los menos favorecidos (Ilustración 9).

En tal sentido esta es una actividad que también debe ser realizada desde los territorios, desde las asociaciones de artesanos.

Ilustración 9. Criterios de la Organización Mundial del Comercio Justo



Fuente: (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, s.f.).

Formación

La tarea de la formación para el sector artesanal está distribuida en diferentes actores. Ello debido a que el compromiso no es sólo con el proceso artesanal, sino también con el desarrollo de capacidades de los involucrados en el proceso. En esa dirección debe empezarse con el fortalecimiento de la **etnoeducación** en los territorios indígenas, afrodescendientes o cualquiera que así se requiera, de tal forma que sean las mismas comunidades quienes construyan un proyecto de vida de acuerdo a su propia dinámica socio-cultural y étnica.

La labor que han venido realizando los Laboratorios de Diseño e Innovación con el SENA, deben ser permanentes, e ir dirigida a las asociaciones, para encontrar un punto intermedio de mejora, en la efectividad de materias primas, diseños, precios, y utilización de las nuevas tecnologías, que podrían dar lugar a elementos de competitividad y sostenibilidad.

No obstante, los aspectos relacionados con el producto artesanal no deben ser los únicos contenidos temáticos, pues se requiere un proceso de valoración de la cultura como generadora de los elementos diferenciales de los territorios; además se requiere el desarrollo de capacidades de gestión y de habilidades blandas en las asociaciones de artesanos. En tales circunstancias se requiere diseñar un **programa de formación para la gestión de las empresas artesanales** que incluya por lo menos 3 elementos:

- i) La cultura para el desarrollo, aquí los actores principales serán los mismos educandos, pues se partirá del conocimiento del patrimonio cultural inmaterial de cada territorio, con el propósito de colocar en valor la marca territorial.
- ii) La gestión empresarial para asociaciones artesanales, la cual tiene dos propósitos: el primero, el fortalecimiento de la capacidad de trabajo en equipo, liderazgo y habilidades comunicativas; y el segundo, el desarrollo de capacidades directivas, en temas como contabilidad y finanzas, mercadeo, procesos administrativos y alianzas estratégicas.
- iii) Herramientas de comercialización de artesanías: este módulo incluirá estrategias de promoción y comercialización, diseño de folletos, organización de eventos feriales, ruedas de negocios, redes sociales y diseño de página web.

Lo más importante de esta estrategia es la metodología a utilizar porque todo conocimiento debe ser experiencial, tal como los artesanos aprendieron el proceso de elaboración de la artesanía; ello significa que no interesa el concepto contable, lo que sí importa es el qué hacer contable, por tanto, el proceso de aprendizaje debe ser estructurado mediante el descubrimiento por parte de ellos, y entre ellos, usando ejemplos relacionados con sus actividades diarias. En otras palabras, el intercambio de experiencias será fundamental.

Por último, en temas de formación, deben organizarse talleres con maestros artesanos, dirigidos a niños de espacios urbanos, en escuelas y/o colegios, ello con el fin de sensibilizarlos sobre las técnicas ancestrales y la preservación de las labores tradicionales de las comunidades, de suerte que se generen espacios de preservación, más allá de los límites geográficos de los territorios.

Comercialización

Esta estrategia está unida con las de formación y articulación interinstitucional, porque para el uso de herramientas de promoción soportadas en TICs se requiere de las dos estrategias anteriores. Eso debido a que en la práctica son pocas las asociaciones que utilizan herramientas de marketing digital, algunas utilizan redes sociales como Instagram y Facebook.

Por otra parte, los artesanos urgen de un aplicativo que les permita conectarse con el mundo y ofrecer sus productos artesanales; plataforma que sea de libre acceso para quienes quieran comprar, abriendo de esta forma oportunidades de exportación. Esta plataforma buscaría promocionar las manifestaciones culturales de un destino, y unido a ello promocionar las artesanías, hasta permitir la venta/compra electrónica.

Por último, se propone la conformación de un Centro de Artesanía en uno de los municipios insignia de la Región Caribe, ello unido a la Ruta de la Artesanía Caribe, que funcione como un museo y en el cual hallan encuentros con maestro/as artesano/as.

Se entiende que la implementación de estas estrategias demanda importantes recursos de inversión, en consecuencia, es fundamental realizar una búsqueda de recursos internacionales, pues el objetivo de largo plazo es lograr que el sector artesanal del Caribe colombiano sea altamente competitivo para insertarse en la economía y tenga representatividad a nivel nacional e internacional, pero éste no es el único propósito central. Detrás de él, es más relevante brindar oportunidades para que otros conozcan las distintas tradiciones culturales que persisten en la diversidad de comunidades que aún sobreviven en el país, para de esta forma lograr su valoración y, especialmente, su preservación. Estos dos elementos anteriores deben apuntar a que el producto artesanal se “venda mejor” en los mercados, trayendo como consecuencia la generación de mayores ingresos para los artesanos y logrando lo que todos queremos: una mejor calidad de vida para sus comunidades.

Consecuentemente, alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible debe invitar a que trabajemos colectivamente, pues sin duda estos ODS requieren la colaboración de los gobiernos, pero también del sector privado, así como de la sociedad civil y sin lugar a dudas los ciudadanos deben contribuir de igual forma. Sólo trabajando conjuntamente podremos asegurar que dejaremos un planeta mejor a las futuras generaciones.



Conclusiones y
Recomendaciones

Conclusiones y Recomendaciones

Aunque normalmente al pensar en la región Caribe colombiana se evoca su riqueza natural y en particular sus playas, en esta región existe una amplia diversidad cultural, baste con decir que aquí confluyen pueblos indígenas (Wayuu, Wiwas, Arhuacos, Zenúes), al tiempo que existen pueblos originarios afrodescendientes, San Basilio de Palenque -primer lugar libre de América- es el más reconocido. Por tanto, este territorio es poseedor de un gran Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI). La artesanía es tan solo una de las manifestaciones de dicho patrimonio, que representa un activo social que brinda sentido, identidad y pertenencia a las comunidades.

Si bien es cierto que este documento ha sido pensado para la competitividad del sector artesanal, en virtud de que tiene gran relevancia en términos de generación de empleo e ingresos para segmentos vulnerables de la población, se debe mencionar en forma incisiva que la investigación partió sobre los pilares del desarrollo sostenible, que busca tanto la generación de ingresos, especialmente de quienes más lo requieren, al tiempo que respeta y promueve los valores sociales de las comunidades, preserva su cultura, conserva y restaura el medio ambiente para la sobrevivencia de las futuras generaciones. Por ello, la construcción de este manuscrito se basó en el principio del respeto a la cultura y por tanto se llama la atención para que la preservación de la misma, sea la que deba primar; pues la artesanía, así como la agricultura o la cocina tradicional, no están separadas de la forma de vivir de cada día, sino por el contrario, forman parte integral de la organización social de las comunidades.

Así las cosas, la posibilidad de que una actividad como la elaboración de las artesanías se introduzca como una nueva actividad económica en comunidades alejadas debe realizarse con precaución para no ocasionar procesos que conlleven a la transformación de sus formas de organización social o a procesos de transculturización producidos por la pérdida del significado simbólico de la artesanía o por el deterioro en la calidad de la producción. Las

prácticas heredadas de los ancestros, tanto ponen en valor los conocimientos por ellos adquiridos en sus formas de producción, como revaloran toda su cultura, por consiguiente, esto supone respeto a sus tradiciones culturales.

Aclarado lo anterior, esta investigación inició con una visión de análisis externo a las organizaciones artesanales, partiendo del panorama de las Industrias Culturales y el apoyo que la Economía Naranja ha tenido en los últimos años por parte del gobierno nacional, al punto que en el año 2018 representó un 1,8% del PIB nacional. Este apoyo se debe a la potencialidad que a nivel mundial tiene el país, gracias a su riqueza cultural: de acuerdo con la medición del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, en el 2019 Colombia se ubicó en el puesto 25 (entre 140 economías a nivel mundial y el tercero a nivel de Sudamérica) en el pilar de recursos culturales. No obstante lo anterior, el sector de artesanías, está poco fortalecido a pesar del gran potencial que existe en las regiones de Colombia. En la Región Caribe se puede hallar diversidad de oferta artesanal y que es representativa de Colombia en el mercado internacional, entre las que se destacan productos como el sombrero vueltiao, las mochilas Wayúu y las máscaras del tradicional Carnaval de Barranquilla.

Artesanías de Colombia S.A., organización de orden nacional que se encarga de la promoción y el desarrollo de todas las actividades en favor del progreso del sector artesanal del país, ha venido consolidando diferentes proyectos en los últimos años. El primero se refiere a la labor de promoción a nivel nacional e internacional; ello a través de ferias de artesanía en las que participan las asociaciones de artesanos, Expoartesanías se lleva a cabo en Bogotá y Expoartesano en Medellín. Los resultados revelan crecimientos en términos de ventas; para el 2020, dada la importancia de seguir las medidas de bio-seguridad a raíz de las condiciones generadas por el Covid-19, se realizó la primera feria virtual de Expoartesanías, lo cual ha llevado a probar nuevas formas de promoción. El segundo trabajo que se considera de gran relevancia es la implementación de los Laboratorios de Diseño e Innovación, programa que busca la consolidación de las competencias humanas, productivas, técnicas, empresariales y comerciales de las comunidades, para lo cual se trabaja por departamentos. Esto ha contribuido a conocer las necesidades concretas de cada territorio y cada tipo de artesanía, de tal forma que se crean programas acordes a las necesidades del contexto. Por último, otra labor que consideramos de gran importancia es la del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal que adelanta con la Universidad Nacional, labor que ha servido para tener información actualizada sobre la caracterización de los artesanos a nivel nacional; el reto es que este tipo de relaciones y generación de alianzas Universidad-Empresa- Estado continúe con diversas instituciones de educación superior de todo el país, de tal forma que los esfuerzos por consolidar al sector artesanal no se concentren en unos pocos departamentos.

Este último trabajo de recopilación de información sobre la caracterización de los artesanos ha servido de fuente importante para revelar que en los artesanos de la Región Caribe:

- Las materias primas de origen vegetal son las que se usan en mayor proporción, presentándose casos especiales en territorios como La Guajira, donde el 88,7% de las artesanas utilizan materias primas sintéticas.
- Las herramientas y/o la maquinaria que se utiliza en la elaboración de artesanías, depende del tipo de artesanía, normalmente las más utilizadas son las simples o manuales. En Magdalena, el 97,4% de los artesanos utiliza herramientas manuales.
- La actividad artesanal es una actividad predominantemente femenina, el 72,7% de la muestra de la región está conformada por mujeres, cifra levemente por encima de la cifra nacional (71,7%).
- La mayor concentración de artesanos que se auto-reconocen como población indígena se encuentran en La Guajira (95% de los encuestados), seguidos por Córdoba (64%) y César y Sucre (ambos con el 44%).
- El 77,4% de los artesanos del Caribe trabajan de manera independiente; le sigue en orden de importancia el trabajar como asociados (13,7%).
- Mientras que a nivel nacional el 50,3% de los artesanos encuestados se reconoce en condición de vulnerabilidad, en la Región Caribe esa cifra es alarmante; 97% en La Guajira, 76% en César, 70% en Sucre, 67% en Magdalena y 62% en Córdoba.
- Los hogares de los artesanos se componen de familias numerosas, el 66% de los hogares está conformado por un grupo de 3 a 6 personas.
- El 79% de los ingresos promedio por hogar están por debajo de un salario mínimo legal vigente, siendo más grave la situación en los departamentos de César (91%), La Guajira (87%), Magdalena (87%), Sucre (86%) y Córdoba (81%).
- La situación de los artesanos no es sencilla, el 27% se encuentra en situación de pobreza monetaria; y el 53%, se encuentra en situación de pobreza monetaria extrema.

En términos de condiciones para la competitividad de los artesanos se ha encontrado que la primera debilidad se relaciona precisamente con la asociatividad, porque han tenido experiencias negativas en cuanto a la comercialización, en términos de la distribución de los ingresos, por ello los artesanos perciben que la principal dificultad a la cual deben enfrentarse es la competencia (40,9%) y prefieren comercializar su producto de forma directa con el cliente (71%). En términos de la capacidad productiva, ésta se sustenta en la familia como primera forma de organización alrededor de la cual se consolida el trabajo artesanal dando paso a que los diferentes miembros puedan apropiarse sin mayor dificultad del tipo de artesanía sobre la que se posee conocimiento, gracias al contacto permanente con la práctica artesanal, pues el lugar donde los artesanos trabajan es el taller artesanal, el cual se ubica en su residencia.

Parte de los desafíos enfrentados en el sector se relacionan con las condiciones socio-económicas de los artesanos: quienes se caracterizan por ser personas que se ubican en zonas rurales, se auto-reconocen como vulnerables por ser indígenas, mujeres, de la tercera edad y muchos, escasamente, tienen estudios de primaria. Estas condiciones dificultan el desarrollo organizacional de sus empresas artesanales, en términos de la formalización, de conocimientos para colocar el precio, o de uso de nuevos canales de comercialización a través de tecnologías de información y comunicación. Todo ello limita el acceso al sistema financiero. Por su lado, las asociaciones de artesanos no cuentan con la inversión necesaria para expandirse y buscar nuevos enfoques de comercialización; esto debido, a que existe una desconfianza generalizada a realizar préstamos bancarios, ya que en la mayoría de casos las finanzas siempre han sido manejadas dentro de la familia, sin ningún agente externo. Los esfuerzos de los últimos años del Gobierno Nacional a través del MinCultura aún no han sido los suficientes para el sector dedicado a las Artes y Patrimonio -que genera el menor aporte en el PIB nacional-, las raíces del problema se encuentran en la falta de formalización e innovación tecnológica de los talleres artesanales y de las asociaciones, que se coligan con las condiciones de la población.

En estas condiciones, los desafíos a los que se enfrenta el sector artesanal para su desarrollo y crecimiento económico son inmensos. En primera medida porque esta labor corre peligro dada la percepción de que este trabajo no es generador de bienestar para las familias, y es preferible buscar otras alternativas económicas.

Ante este panorama tan complicado, se requieren estrategias que no sólo involucren a los artesanos, sino que se hace imperativo el compromiso de todos: desde el gobierno local, departamental y nacional; pasando por la academia, tanto en procesos de formación, como de acompañamiento y presentando proyectos para el desarrollo sostenible de este sector; y muy especialmente de las empresas, promoviendo el comercio justo. Esta exigencia radica en el hecho de que estamos *ad portas* del 2030, momento en el cual debemos dar cumplimiento a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Es importante aclarar que en esta relación Universidad-Empresa-Estado-Comunidad, ninguno de los actores tiene el protagonismo, más bien actúan como hélices para el empuje del sector hacia la competitividad, por tanto, no sólo han de actuar en armonía, sino -e incluso más importante- empujando para el mismo lugar. Así, cada cual tendrá su propia tarea a cumplir: el gobierno con políticas públicas y recursos para el apoyo del sector y fortaleciendo un marco institucional que contribuya con un avance más rápido hacia el desarrollo; las comunidades de artesanos, quienes con necesidades diversas se interesen por realizar un trabajo conjunto y en asocio con otros, para lograr su propio bienestar. Por su parte, la academia tendrá que ser creativa, fijar prioridades, y actuar rápidamente en pro del sector para que al tiempo que se busque su participación en dinámicas de comercio global, también se exijan técnicas de unificación entre la tradición cultural implicada en los oficios artesanales y los procesos naciescentes de innovación tecnológica, estructurando de esta forma una oferta de productos competitivos al mercado como **alternativa para la sostenibilidad de las comunidades artesanales**.

Referencias

Acopi Bogotá. (25 de septiembre de 2018). *Acopi Bogotá Cundinamarca*. Obtenido de Acopi Bogotá Cundinamarca: <https://acopibogota.org.co/2018/09/>

Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event: The case of Turkmen handicrafts festival, Vol 52. *Touris Management*, 468-477.

Andigraf (Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica. Bogotá: Andigraf.

Artesanías de Colombia. (1989). *Listado General de Oficios Artesanales*. Bogotá: CENDAR. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/1893/1/INST-D%201989.%201.pdf>

Artesanías de Colombia. (2013). <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co>. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/2369/1/INST-D%202012.%2058.pdf>

Artesanías de Colombia. (2016). *Cestería del Pueblo Indígena Wayuu*. Bogotá. Obtenido de: https://www.artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/29784_cesteria_del_pueblo_indigena_wayuu.pdf

Artesanías de Colombia. (2016). *Tejeduría del Pueblo Indígena Wayuu*. Bogotá. Obtenido de: https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/29783_tejeduria_del_pueblo_indigena_wayuu.pdf

Artesanías de Colombia. (2017). Diagnóstico del sector artesanal en Colombia. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4102/1/INST-D%202017.%2041.pdf>

Artesanías de Colombia. (2017). *Memorias de Oficio Tejeduría en Telar. Morroa - Sucre*. Bogotá: Artesanías de Colombia. Obtenido de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3975/1/INST-D%202017.%2013.pdf>

- Artesanías de Colombia. (2017). *Memorias de Oficio. Filigrana de Mompox*. Bogotá: Artesanías de Colombia. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3974/1/INST-D%202017.%2012.pdf>
- Artesanías de Colombia. (2018). *Características sociodemográficas de la población artesanal de La Guajira*. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5058/1/INST-D%202020.%2067.pdf>.
- Artesanías de Colombia. (2018). *Conclusiones de las Mesas de Trabajo Regionales*. Obtenido de: https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/30762_cronogramaconclusionesmesasregionales2018version17diciembre2018.pdf
- Artesanías de Colombia. (2019). *Panorama artesanal ilustrado. Reporte del sector artesanal en Colombia. 2019*. Bogotá: Artesanías de Colombia. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/5039>
- Baquero, A. P., & Gonzalez, M. E. (2016). *Diseño de ruta turística artesanal, desde las asociaciones en los municipios de Sincelejo, Morroa, Sampues y Coveñas*. Obtenido de Repositorios UTB: biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0069864.pdf
- Benedetti, C. (junio de 2012). Producción artesanal indígena y comercialización: entre los "buenitos" y los "barateros". *Maguaré*, Volumen 26(1), 26(1), 229-262.
- Benítez, S. (2009). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Cultura y Desarrollo*, 1-19. Obtenido de http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf
- Benítez, S. (2013). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Cultura y desarrollo*.
- Blanco-Valbuena, C. E., Bernal-Torres, C. A., Camacho, F., & Díaz-Olaya, M. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Información tecnológica*, 15-28.

- Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP. (s.f.). Artesanía y su sentido en la historia: Incertidumbre y posibilidades del tiempo presente.
<http://documentacion.cidap.gob.ec>. Obtenido de http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/1573/2/La%20artesan%C3%ADa%20y%20su%20sentido%20en%20la%20historia_Juan%20Pablo%20Serrano.pdf
- ColombiaCO. (10 de diciembre de 2018). *ColombiaCO*. Principales curiosidades del sombrero vueltiao, símbolo por excelencia de los colombianos Obtenido de ColombiaCO: <https://www.colombia.co/cultura-de-colombia/folclor/15-datos-que-tal-vez-no-conocias-sobre-el-sombrero-vueltiao/>
- Confecámaras. (2018). *Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia*. Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Cuaderno_demografia_empresa/Cartilla17.pdf
- Connectaamericas. (2019). La exportación de artesanías, una oportunidad para América Latina. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/la-exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina>.
- Convenio Andres Bello. (2015). *Guía Metodológica para implementación de las cuentas satelites de Cultura en Iberoamérica*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. Obtenido de <https://convenioandresbello.org/cab/cultura/guia-metodologica-para-la-implementacion-de-las-cuentas-satelite-de-cultura-en-iberoamerica/>
- DANE. (2018). DANE. Mercado laboral. *Principales resultados*. Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_empleo_resultados_dic_18.pdf
- DANE. (2018). <https://www.dane.gov.co>. *Encuesta Anual Manufacturera 2017*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2017.pdf
- De la Hoz Molinares, E., Pacheco Fernández, J., & Trujillo Varilla, O. (6 de enero de 2016). Números y universo arhuaco. *Revista Latinoamericana de Etnomatemática*, 1-23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2740/274046804003/html/index.html>

- Dinero. (6 de febrero de 2018). Crecen ventas de artesanías colombianas. *Dinero*, pág. 1.
- El Heraldo. (17 de julio de 2016). *Guía para identificar las diferentes mochilas costeñas*. Obtenido de El Heraldo: <https://www.elheraldo.co/tendencias/guia-de-la-mochila-costena-272365>
- El Heraldo. (20 de junio de 2018). El 86,5% de las empresas en el país son familiares. El Heraldo, págs. <https://www.elheraldo.co/economia/el-865-de-las-empresas-en-el-pais-son-familiares-509068>.
- Elliot, E. (2016). Craft consumption and consumer transformation in a transmodern era. *Journal of Business Research*, 18-24.
- Family Business. (2017). *Family Business Index*. Obtenido de Family Business Index: <http://familybusinessindex.com/>
- Gobierno de México. (2018). *Artesanos y artesanías, una perspectiva económica*. Ciudad de México: INEGI. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/330994/ARTESANOS_Y_ARTESANIAS_UNA_PERSPECTIVA_ECONOMICA.pdf
- Guerrero, D. (22 de noviembre de 2016). Tejeduría del Pueblo Indígena Wayuu. (Artesanías de Colombia, Entrevistador)
- Herrera, A. d., Balbis, M., Gómez, A., & Gaspar, H. (2015). *Pragmatismo competitivo de las pymes de la Región Caribe*. Barranquilla: Corporación Universitaria Latinoamericana. CUL.
- Herrera, N. (1992). *Artesanía y organización social de su producción: estructura de su organización gremial*. Bogotá: Centro de Investigación y Documentación "Cendar" de Artesanías de Colombia.
- Hill, C. W. (2011). El comercio mundial y el entorno de las inversiones. Teoría del comercio internacional. En C. W. Hill, *Negocios internacionales Competencia en el mercado global* (págs. 173-176). México: Mc. Graw Hill.
- Hurtado, J. D., Pineda, E. V., & Vásquez, A. V. (2018). *Propuesta de mejoramiento y generación de oportunidades comerciales a través de un sistema virtualizado de comercialización de productos artesanales colombianos*. Bogotá: Universidad Libre.

- INEGI. (2017). *Cuenta Satélite de la Cultura de México*. (I. N. México, Ed.) Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNaI/CSCltura2018_11.pdf
- INEGI. (s.f.). Banco de Indicadores. Recuperado el 14 de febrero de 2019, de Cuenta Satélite de la Cultura de México: <https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/>
- Instituto Brasileiro de geografia e estatística-IBGE. (2013). <http://portal.iphan.gov.br>. Obtenido de [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Indicadores_Culturais_2007_2010\(1\).pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Indicadores_Culturais_2007_2010(1).pdf)
- Instituto de patrimonio histórico y artístico internacional. (2019). <http://portal.iphan.gov.br>. Obtenido de <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/839/>.
- Iuva, C., & Ciliane, c. (2015). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol 24(1), 188.
- Jazmin. (14 de junio de 2019). Retos de las asociaciones de artesanos en Pueblo Bello, Cesar. (Y. Muñoz Cardona, & E. Lugo Hernández, Entrevistadores)
- Kumar, J., & Bhalla, N. (2016). Factors motivating visitors for attending handicraft exhibitions: Special. *Tourism Management Perspectives*, Vol 20, 238-245.
- Martinez, M. (2014). Nuevas actitudes y modelos de negocios entre diseños y artesanías. *MasD*, 7.
- Mazzoldi, M. (2004). Simbolismo del ritual de paso femenino entre los Wayuu de la alta Guajira. *Maguaré*, 241-268.
- MinCIT. (4 de septiembre de 2019). *Noticia de Turismo*. Obtenido de Colombia mejora siete posiciones en el índice de competitividad de viajes y turismo del Foro Económico Mundial: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-mejora-indice-del-foro-economico-mundial#:~:text=En%202019%2C%20Colombia%20subi%C3%B3%20siete,posici%C3%B3n%2055%20entre%2014o%20econom%C3%ADas>.
- MinCIT. (2019). *Sistema de Información de Estadístico de la Actividad Artesanal*. Obtenido de https://artesaniadescolombia.com.co/Documentos/Contenido/34396_informe_de_artesani%cc%81as_de_colombia_para_pa%cc%81gina_web.pdf

MinCIT. Artesanías de Colombia. (2012). *Estudio ocupacional de los subsectores artesanales de tejeduría y cerámica - alfarería: cuarta versión*. Bogotá: Artesanías de Colombia. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2464>

MinCultura. (s.f.). SINIC. Obtenido de SINIC: <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=70&COLTEM=217>

Ministerio de Ambiente. (2005). Minambiente. Sello Ambiental Colombiano. Obtenido de Minambiente <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19#4%C2%BFcu%C3%A1les-son-las-categor%C3%ADas-de-producto-disponibles-para-optar-por-el-sac>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2018). Informe al Congreso 2018 Sector Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de http://www.artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/30139_informe_completo_sectro_2018.pdf

Ministerio de Cultura. (1 de agosto de 2014). *MinCultura*. El emprendimiento naranja y su incidencia en la economía. Obtenido de MinCultura: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/El-emprendimiento-naranja-y-su-incidencia-en-la-econom%C3%ADa.aspx>

Ministerio de Cultura. (19 de octubre de 2018). *MinCultura*. El Gobierno Nacional enciende los motores de la Economía Naranja. Obtenido de MinCultura: <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/El-Gobierno-Nacional-enciende-los-motores-de-la-Econom%C3%ADa-Naranja.aspx>

Ministerio de Desarrollo Económico y Artesanías de Colombia. (1998). *Censo Económico Nacional: Sector Artesanal*. Bogotá: Bogotá: Artesanías de Colombia, 1998. Obtenido de <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2322>

Ministerio de Economía. (2011). *Instructivo Interno del Mercado Nacional de Artesanías*. Obtenido de https://www.transparencia.gob.sv/system/documents/documents/000/012/697/original/mercado_de_artesantias.pdf?1500360447

- Ministerio de Economía. (2014). *Ley de creación del Instituto Salvadoreño de Artesanías*. San Salvador: Junta Revolucionaria de Gobierno. Obtenido de https://www.transparencia.gob.sv/system/documents/documents/000/012/746/original/LEY_DE_CREACION_DEL_INSTITUTO_SALVADOREO_DE_ARTESANIAS.pdf?1500360452
- Ministerio de Turismo. (2019). *Turismo y Artesanías. Política Nacional de Turismo*. San Salvador: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.transparencia.gob.sv/search?ft=artesanias&page=2&utf8=%E2%9C%93>
- Molina Parra, P. A., Botero Botero, S., & Montoya Monsalve, J. N. (2016). Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis. *Revista científica pensamiento y gestión*, 116-149. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64650087006.pdf>
- Monsalve, N. E. (2006). *Economía de la Cultura*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/24706/25269>
- Navarro-Hoyos, S. (2018). *La artesanía como industria cultural, desafíos y oportunidades*. Academia. Obtenido de: https://www.academia.edu/37214849/LA_ARTESAN%3%8DA_COMO_INDUSTRIA_CULTURAL_DESAF%3%8DOS_Y_OPORTUNIDADES
- OIT. (2016). *Las mujeres en el trabajo: Tendencias de 2016*. Ginebra. ISBN 978-92-2-331088-2- Obtenido de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_483214.pdf
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura -OEI-. (2016). *Estudio comparativo de Cultura y Desarrollo en Iberoamérica. Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales*. Madrid, España: Fundación Santillana.
- Organización de las naciones unidas para la educación la ciencia y la Cultura-Unesco. (2017). <http://www.unesco.org>. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>

- Ortigoza, M., Puerta, N., & Silva, C. (11 de 2017). Urdimbres: Laboratorios Creativos de oficios tradicionales. <http://repository.urosario.edu.co>. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/flexpaper/handle/10336/14243/Urdimbres%20Laboratorios%20creativos%20de%20oficios%20tradicionales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palma, L. A., & Aguado, L. F. (2010). Economía de la Cultura. Una nueva área de especialización de la Economía. *Revista de Economía Institucional*, 129-165.
- Pérez Molina, A. I. (2012). El modelo de empresa familiar: Los cuatro pilares fundamentales. *Revista de investigación 3 Ciencias*, 1-12.
- Presidencia de la República de Colombia. (1987). Decreto 258. Bogotá. Obtenido de <https://www.leyex.info/leyes/Decreto258de1997.pdf>
- Procolombia. (30 de noviembre de 2019). *Noticias*. Aumenta el apetito internacional por las artesanías colombianas: <https://procolombia.co/noticias/aumenta-el-apetito-internacional-por-las-artesantias-colombianas>
- Pushiana, N. (9 de noviembre de 2016). Tejeduría del Pueblo Indígena Wayuu. (Artesanías de Colombia, Entrevistador) Bogotá.
- Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de Museología KÓOT*, 80-96. doi:<https://doi.org/10.5377/koot.voi9.5908>. Obtenido de <https://www.lamjol.info/index.php/KOOT/article/view/5908>
- Roncancio, E. (s.f.). Certificación del producto artesanal. Recuperado el 4 de mayo de 2019, de Artesanía: http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACION_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf
- Rotman, M. (1996). Consumo cultural: prácticas y representaciones de consumo artesanal. *Cuadernos de Antropología social*. Número 9, 174-187.
- Santamaria, J., & Illecuona, M. (2017). Ecuadorian artisanal production and its future projection from the Cultural and Creative Industries perspective (CCI). *City, Culture and Society*, 26-32.

- Sato, A. (2001). Artesanía taradicional de la PUC (49). *Obras y proyectos*, 36-39.
- Servicio Brasileiro de apoyo a las Micro y Pequeñas empresas. (2019).
<http://www.sebrae.com.br>. Obtenido de
http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/sebrae_espanol/
- Semana. (24 de noviembre de 2016). Expoartesanías impulsará exportaciones de productos hechos a mano. *Dinero*, pág. 1. Obtenido de <https://www.semana.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mercado-de-las-artesantias-en-colombia-y-su-aporte-a-industria-manufacturera/239288/>
- Sistema de Información para la Artesanía. (21 de diciembre de 2018). Así avanza la artesanía del Atlántico. *Artesanías de Colombia*. Obtenido de Artesanías de Colombia: http://www.artesantiasdecolombia.com.co:8080/PortalAC/Noticia/asi-avanza-la-artesania-del-atlantico_12729
- Solórzano Gil, M. (2017). La creatividad como motor de desarrollo. El caso de San Cristóbal de las Casas, Chiapas y la declaratoria de Ciudad Creativa por la Artesanía y Arte Popular de la UNESCO. *Turismo y Patrimonio*, 95 - 112.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). Fundamentos de marketing. En W. Stanton, M. Etzel, & B. Walker, *Fundamentos de marketing*, 256-261. México, D.F.: McGraw-Hill interamericana.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (1 de noviembre de 2017). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Obtenido de Superintendencia de Industria y Comercio: <https://www.sic.gov.co/superindustria-y-artesantias-de-colombia-firman-convenio-para-apoyar-a-los-artesanos-en-materia-de-propiedad-industrial>
- Tobón, M. (2014). *Caracterizando la cadena de valor de la artesanía*. Bogotá: Artesanías de Colombia. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3592/1/INST-D%202014.%20390.pdf>
- Toops, S. (1993). Xinjiang's handicraft industry, Vol 20 (1). *Annals of Tourism Research*, 88-106.

UNESCO. (2009). *Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural. La Habana*: UNESCO. Obtenido de *Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural*: http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf

UNESCO. (2013). *Comprender las Industrias Creativas: Las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*. Madrid: Organización de las Naciones Unidas para la Educación. Obtenido de: http://www.cpcv.cl/wp-content/uploads/2018/08/ReferenteaIndustriasCreativas/ChileeInternacional/cultural_stat_es.pdf

United Nation Conference of Trade and Development-Unctad. (2016). *Creative Economy outlook. Trend in international trade in creative industries. 2002 - 2015*. Obtenido de https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

Universitaria Agustiniiana. (2018). *Industrias culturales latinoamericanas y su aporte al desarrollo social*. Bogotá: Editorial Uniagustiniana. Obtenido de: <https://editorial.uniagustiniana.edu.co/index.php/editorial/catalog/download/33/31/278-1?inline=1>

Zuleta J., L. A. y Jaramillo G., L. (2009). *Estudio económico de la industria de la música*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

El 2030 se aproxima y el mundo entero se ha comprometido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para tomar medidas que reduzcan la pobreza, buscando que todas las personas gocen de paz y prosperidad, al tiempo que se protege el planeta. Las Instituciones de Educación Superior tenemos el reto de contribuir con los ODS en nuestro territorio de influencia. Fue así como surgió esta investigación que reconoce la diversidad cultural de la región Caribe y en particular de su patrimonio inmaterial. No obstante, esa riqueza cultural también se evidencian altos niveles de pobreza, lo cual motivó esta investigación hacia la búsqueda de una propuesta que procura el desarrollo sostenible de asociaciones de artesanos de la Región Caribe.

La actividad artesanal en Colombia aporta a un 15% del empleo de la industria manufacturera nacional e incide en el rescate de la cultura y el fortalecimiento de la identidad. La caracterización que se realizó para la Región Caribe encontró gran diversidad de oferta artesanal, representativa de Colombia en el mercado internacional; el 72,7% de quienes ejercen esta labor son mujeres; tan sólo el 13,7% de los artesanos del Caribe trabajan en forma asociativa; las condiciones de vulnerabilidad de los artesanos de la región están muy por encima del promedio nacional; por ejemplo, el 79% de los ingresos promedio por hogar están por debajo de un salario mínimo legal vigente.

Así las cosas, los desafíos para la competitividad del sector artesanal son enormes y suponen el apoyo de diferentes instituciones y aliados. En la última parte del libro, las autoras han pensado en diversas estrategias con las cuales se espera contribuir en la estructuración de una oferta de productos competitivos como alternativa para la sostenibilidad de las comunidades artesanales.